

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**MARIA ELISA IMLAU**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: A PERCEPÇÃO  
DOS ESTUDANTES DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**PATO BRANCO  
2015**

MARIA ELISA IMLAU

**RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: A PERCEPÇÃO  
DOS ESTUDANTES DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial, para a obtenção do Título de Bacharel em Ciências Contábeis, do Departamento de Ciências e Engenharias da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Pato Branco – PR.

Orientador: Prof. Msc. Ricardo Adriano Antonelli.

PATO BRANCO  
2015



Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Campus Pato Branco  
Curso de Ciências Contábeis  
Coordenação de Trabalho de Conclusão de Curso



**TERMO DE APROVAÇÃO**

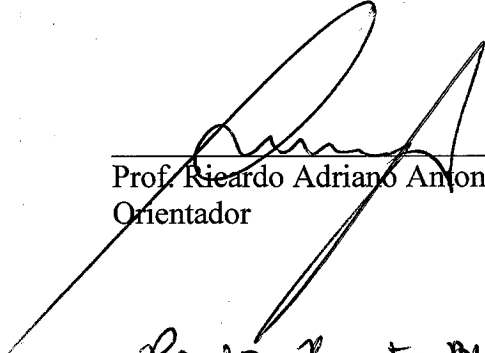
Título do Trabalho de Conclusão de Curso

**Responsabilidade Social Corporativa: A Percepção dos Estudantes do Curso de Ciências Contábeis**

Nome do Aluno: **Maria Elisa Imlau**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado às 20 horas, no dia 08 de outubro de 2015 como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Ciências Contábeis, do Departamento de Ciências Contábeis - DACON, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A candidata foi arguida pela Banca Examinadora, composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho APROVADO.

(aprovado, aprovado com restrições, ou reprovado).

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Ricardo Adriano Antonelli  
Orientador

  
\_\_\_\_\_  
Profa. Paula Renata Blonkoski  
Avaliador - UTFPR

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Sandro César Bortoluzzi  
Avaliador UTFPR

*Dedico esse trabalho a minha família e ao meu amado Ailton Jr., que sempre me incentivaram para a realização de meus ideais, encorajando-me para enfrentar todos os momentos difíceis de minha vida.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pelas bênçãos, por me prestigiar com sabedoria, paciência e perseverança em todos os momentos de minha vida, inclusive na realização deste trabalho de conclusão de curso.

Aos meus amados pais Arno (in memoriam) e Salete, sem os quais eu nada seria. Agradeço por todo o apoio, encorajamento, compreensão, carinho e amor que sempre me deram.

Às minhas queridas irmãs Adry e Aline, por todo apoio e compreensão direcionados a mim, para a realização deste trabalho e em todos os momentos de minha vida.

Ao Aílto Jr., por estar sempre junto comigo de forma tão especial, pela compreensão, carinho, incentivo e paciência durante minha formação acadêmica.

A Roberta, pela amizade e companheirismo em todos esses anos, pelos inúmeros conselhos, palavras de conforto e motivação.

Aos professores que me auxiliaram na escolha do tema desta pesquisa, em especial a professora Msc. Marivânia Rufato da Silva, a Msc. Sandra Mara Iesbik Valmorbida e ao professor Dr. Sandro César Bortoluzzi, pela atenção e dedicação.

Ao Professor orientador Msc. Ricardo Adriano Antonelli, pelo apoio constante, paciência e conhecimento transmitido, tornando possível a conclusão desse trabalho.

A todos os professores do Curso de Ciências Contábeis, pelos grandes ensinamentos, não só de contabilidade como também de vida.

Por fim, a todos que direta ou indiretamente contribuíram para que eu chegasse até aqui, meu sincero sentimento de gratidão.

## RESUMO

IMLAU, Maria E. **Responsabilidade Social Corporativa: A percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis**. 2015. 112 f. Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências Contábeis - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Pato Branco, 2015.

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) tem recebido grande ênfase nas discussões acadêmicas e empresariais, devido a busca de adequações por parte das organizações à ações socialmente responsáveis. Neste contexto, é importante que os futuros contabilistas conheçam tais necessidades empresarias e o tema em questão, e para isso, a academia, em especial, do curso de Ciências Contábeis, deve estar inteirada a este aspecto, para que possam repassar o tema aos alunos. Este estudo objetivou conhecer e analisar a percepção dos estudantes de Ciências Contábeis sobre o tema RSC de duas IES de Pato Branco/PR. Esta pesquisa se trata de uma replicação e as proposições que constam no instrumento de pesquisa foram baseadas no estudo original. A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário, aplicado presencialmente em sala de aula aos discentes, onde obteve-se 268 questionários considerados válidos. Os resultados indicam que mais de 80% dos respondentes afirmaram nunca ter tido contato com o assunto, e por consequência, apresentaram pouco conhecimento para descrever seu entendimento sobre RSC e discernir as características de empresas socialmente responsáveis. Ainda, mais de 92% dos discentes concordam que o contabilista deve conhecer sobre RSC e apoiar os administradores na adoção/divulgação de práticas socialmente responsáveis. Considerando o exposto, é evidente a necessidade de melhor abordagem do tema nos cursos de Ciências Contábeis das IES pesquisadas.

**Palavras chave:** Responsabilidade Social Corporativa, Responsabilidade Social Empresarial, Ciências Contábeis, Percepção.

## ABSTRACT

IMLAU, Maria E. **Corporate Social Responsibility: The perception of the Accounting Sciences course students.** 2015. 112 f. Final Monograph in Course in Science Accounting - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Pato Branco, 2015.

The Corporate Social Responsibility (CSR) has received a great emphasis on academic as well as in the business world, due the search for adjustments by organizations to socially responsible actions. In this context it is important that future accountants know such business needs and the subject in question, and for that, the academy, especially, the course in science accounting, it should be privy to this aspect so that they can pass the topic to the students. This study aimed to identify and analyze the perception of students of science accounting on the subject CSR of two IED from Pato Branco/PR. This research is about a replication and the propositions contained in the survey instrument were based on the original study. The data collection was conducted through a questionnaire, applied in person in the classroom for students, itt obtained 268 questionnaires considered valid. The results indicate that over 80% of participants reported never having had contact with the subject and therefore have little knowledge to describe their understanding of CSR and discern the characteristics of socially responsible companies. Even plus, more than 92% of students agree that the accountant should know about CSR and support administrators in the adoption / dissemination of socially responsible practices. Considering the above, it is clear the need for a better approach to the subject in Accounting courses of the surveyed IES.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Business Social Responsibility, Science Accounting, Perception.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Idade do perfil amostra. ....	38
Gráfico 2. Possuir outra graduação. ....	39
Gráfico 3. Áreas de atuação profissional. ....	39
Gráfico 4. Tempo de experiência na área contábil. ....	40
Gráfico 5. Renda familiar mensal. ....	41
Gráfico 6. Fonte de conhecimento prévio sobre RSC. ....	41
Gráfico 7. Fonte de conhecimento prévio sobre RSC – IES Pública. ....	49
Gráfico 8. Fonte de conhecimento prévio sobre RSC – IES Privada. ....	49
Gráfico 9. Conhecimento prévio sobre RSC segundo os anos finais do curso. ....	51
Gráfico 10. Conhecimento prévio sobre RSC segundo os anos iniciais do curso. ....	52
Gráfico 11. Conhecimento prévio sobre RSC segundo os alunos que possuem outra graduação. ....	53
Gráfico 12. Graduações concluídas por alunos que conheciam sobre RSC. ....	54
Gráfico 13. Conhecimento prévio sobre RSC pelos alunos que não possuem outra graduação. ....	54
Gráfico 14. Fonte de conhecimento prévio sobre RSC segundo os alunos que possuem vínculo trabalhista. ....	56
Gráfico 15. Área de atuação profissional dos alunos que possuíam conhecimento prévio sobre RSC. ....	57
Gráfico 16. Conhecimento prévio sobre RSC segundo a renda bruta familiar. ....	58



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Evolução Histórica da RSC .....	19
Quadro 2. Responsabilidades das empresas com os stakeholders .....	23
Quadro 3. Conhecimento prévio dos respondentes sobre RSC, suas percepções sobre o conceito de RSC, as práticas organizacionais acerca da RSC e sobre o envolvimento da Contabilidade com a RSC (Bloco 1) .....	33
Quadro 4. Identificação do respondente (Bloco 2) .....	34
Quadro 5. Fundamentação das proposições apresentadas aos alunos.....	45
Quadro 6. Descrição do conhecimento prévio sobre RSC feita pelos respondentes. ....	60

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Média e expectativa das respostas das proposições .....	46
Tabela 2. Análise do conhecimento prévio sobre RSC por IES .....	48
Tabela 3. Conhecimento prévio sobre RSC por período do curso .....	50
Tabela 4. Conhecimento prévio sobre RSC segundo os possuir ou não outra graduação .....	53
Tabela 5. Conhecimento sobre RSC segundo ao vínculo trabalhista .....	56
Tabela 6. Percepção da proposição 01 de acordo com a característica do respondente .....	61
Tabela 7. Percepção da proposição 02 de acordo com a característica do respondente .....	63
Tabela 8. Percepção da proposição 03 de acordo com a característica do respondente .....	64
Tabela 9. Percepção da proposição 04 de acordo com a característica do respondente .....	66
Tabela 10. Percepção da proposição 05 de acordo com a característica do respondente .....	67
Tabela 11. Percepção da proposição 06 de acordo com a característica do respondente .....	69
Tabela 12. Percepção da proposição 07 de acordo com a característica do respondente .....	70
Tabela 13. Percepção da proposição 08 de acordo com a característica do respondente .....	72
Tabela 14. Percepção da proposição 09 de acordo com a característica do respondente .....	73
Tabela 15. Percepção da proposição 10 de acordo com a característica do respondente .....	75
Tabela 16. Percepção da proposição 11 de acordo com a característica do respondente .....	77
Tabela 17. Percepção da proposição 12 de acordo com a característica do respondente .....	78
Tabela 18. Percepção da proposição 13 de acordo com a característica do respondente .....	80
Tabela 19. Percepção da proposição 14 de acordo com a característica do respondente .....	81
Tabela 20. Percepção da proposição 15 de acordo com a característica do respondente .....	83
Tabela 21. Proposições por instituições de ensino .....	87
Tabela 22. Proposições por período do curso .....	88
Tabela 23. Proposições por idade .....	89
Tabela 24. Proposições por gênero .....	91
Tabela 25. Proposições por vínculo empregatício .....	92
Tabela 26. Proposições por área de atuação profissional .....	93
Tabela 27. Proposições por conhecimento prévio sobre RSC .....	94
Tabela 28. Comparação entre os resultados da pesquisa de Braga <i>et al.</i> (2008) e a presente pesquisa .....	96

## LISTA DE ABREVIATURAS

<b>Abreviatura</b>	<b>Extenso</b>
DVA	Demonstração do Valor Adicionado
IES	Instituição de Ensino Superior
RSC	Responsabilidade Social Corporativa
RSE	Responsabilidade Social Empresarial

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA E PROBLEMA DA PESQUISA.....	12
1.2 OBJETIVOS.....	14
1.2.1 Objetivo Geral.....	14
1.2.2 Objetivos Específicos.....	14
1.3 JUSTIFICATIVA.....	14
1.4 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA.....	16
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	17
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>18</b>
2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: ABORDAGEM HISTÓRICA E CONCEITOS.....	18
2.2 AS ORGANIZAÇÕES E A RSC COM AS PARTES INTERESSADAS (STAKEHOLDERS).....	22
2.3 DISCLOSURE SOCIAL.....	24
2.3.1 A Contabilidade e a RSC.....	25
2.3.2 Balanço Social e a Demonstração do Valor Agregado/Adicionado (DVA).....	27
2.4 PESQUISAS CONTEMPORÂNEAS.....	28
<b>3 METODOLOGIA DE PESQUISA</b> .....	<b>30</b>
3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	30
3.2 PROCEDIMENTOS PARA SELEÇÃO DOS ESTUDOS QUE COMPÕEM O REFERENCIAL TEÓRICO.....	31
3.3 INSTRUMENTO PARA COLETA DOS DADOS.....	31
3.4 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	34
3.5 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DOS DADOS.....	35
3.6 PROCEDIMENTOS PARA ANÁLISE DOS DADOS.....	35
<b>4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS</b> .....	<b>37</b>
4.1 ANÁLISE DAS QUESTÕES DE CARACTERIZAÇÃO DOS RESPONDENTES.....	37
4.2 ANÁLISE DAS PROPOSIÇÕES APRESENTADAS AOS ALUNOS.....	42
4.3 SEGREGAÇÃO DOS RESULTADOS.....	47
4.3.1 Análise do Conhecimento Prévio Sobre RSC.....	47
4.3.2 Análise das Proposições por Características dos Respondentes.....	60
4.4 ANÁLISE ESTATÍSTICA DAS MÉDIAS DAS PROPOSIÇÕES.....	84
4.4.1 Comparação Das Proposições Com Segregação Da Amostra.....	86
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>98</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>101</b>
<b>APÊNDICES</b> .....	<b>106</b>
APÊNDICE A – Questionário utilizado para a coleta dos dados.....	106
APÊNDICE B – Diferenças de número entre as médias por grupo.....	109

## 1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo introdutório aborda-se: (i) contextualização do tema e problema de pesquisa, (ii) objetivo geral, (iii) objetivos específicos, (iv) justificativa da pesquisa, (vi) delimitação da pesquisa, e (vii) estrutura do trabalho.

### 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA E PROBLEMA DA PESQUISA

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC), tem recebido grande ênfase nas discussões acadêmicas e empresariais, devido a busca de adequações por parte das organizações à ações socialmente responsáveis (MACÊDO; OLIVEIRA, 2012). Segundo (GARAY, 2006) a RSC é visualizada, como sendo medidas responsáveis que visam o bem estar dos agentes que contribuem para a geração de riquezas de uma organização: a comunidade, o meio ambiente, os funcionários, e os acionistas.

Para atingir suas metas econômico financeiras, as organizações dependem de diversos fatores de produção, os quais na sua grande maioria são retirados da sociedade onde estão inseridas (BRAGA *et al.*, 2008). Neste sentido, as empresas antes vistas somente como provedoras de bens e/ou serviços, passaram a assumir também o papel de grandes consumidoras de recursos, o que como consequência vem agravando os problemas sociais e ambientais existentes (LEAL; MEDEIROS; BORGES, 2008).

O uso dos recursos naturais pelas empresas, vem sendo preocupante, despertando a atenção das autoridades políticas, intelectuais e científicas (VANZO; SOUZA, 2008). Os consumidores também estão atentos e cobram das corporações práticas de sustentabilidade, como forma de mitigar os impactos causados pelas atividades organizacionais ao meio em que se concentram (LOURENÇO; SCHRODER, 2003).

Neste contexto, as empresas se sentem obrigadas a adotar medidas socialmente responsáveis para se manterem competitivas no mercado, nas palavras de Brito (2004, p.01) “a legitimidade social oriunda da aceitação da empresa pelo ambiente passou a ser mais um insumo, mais um recurso disputado e necessário à

sobrevivência das estruturas empresarias”. Diante dessa situação, os gestores das empresas vem procurando atingir suas metas socioeconômicas com práticas ecologicamente corretas, economicamente viáveis, socialmente justas e culturalmente aceitas (BRAGA, 2010).

As atribuições do profissional da contabilidade estão fortemente relacionadas na divulgação de informações, dentre as quais, citam-se as práticas empresarias voltadas a sociedade e ao meio ambiente onde as organizações estão inseridas, e neste contexto, acredita-se que o contabilista tem a possibilidade de influenciar a visão dos gestores empresariais acerca do meio que envolve a empresa (BRAGA *et al.*, 2008). Dias Filho e Machado (2004, p. 40) corroboram com esse pensamento ao afirmar que “a contabilidade não é um simples artefato técnico que se limita a rotinas de cálculos, mas um mecanismo que pode alterar a percepção dos indivíduos acerca do mundo organizacional e, assim, contribuir para transformá-lo”.

Observa-se que com a proeminência da RSC nos dias de hoje, é importante que a academia, em especial, do curso de Ciências Contábeis, na condição de responsável pela formação dos futuros contabilistas, esteja atenta a tais necessidades empresariais, para que possam introduzir e ensinar o tema no cotidiano dos estudantes (VANZO; SOUZA, 2008).

As deliberações da Resolução CNE/CES nº 10/2004 do Ministério da Educação e Cultura (MEC), no seu artigo 4º, inciso VI, determina que os cursos de Ciências Contábeis possibilitem aos profissionais da contabilidade, o desempenho de suas responsabilidades com propriedade das funções contábeis, viabilizando aos agentes econômicos e aos gestores, o cumprimento de suas atribuições no que se refere ao gerenciamento, controle e à prestação de contas de suas gestões perante à sociedade. Deste modo, (VANZO; SOUZA, 2008) corroboram ao observar, que cumprir os objetivos da contabilidade com um enfoque social, faz parte da capacitação dos estudantes do curso de Ciências Contábeis.

Diante do exposto, é importante que os futuros profissionais da contabilidade possuam condições de apoiar as empresas na adoção de medidas socialmente responsáveis, e posteriormente divulgá-las de forma benéfica aos agentes internos (*shareholders*) e externos à organização (*stakeholders*). Para tanto, os futuros contabilistas precisam conhecer tais necessidades empresarias e o tema em questão, trazendo a seguinte problemática que irá nortear o presente estudo: Qual é

a percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis acerca do tema Responsabilidade Social Corporativa?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

De acordo com o exposto, o objetivo geral desta pesquisa é de analisar a percepção dos estudantes do curso de graduação em Ciências Contábeis sobre Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- 1) Avaliar o conhecimento prévio dos estudantes sobre RSC;
- 2) Verificar a percepção dos discentes sobre as práticas de organizações consideradas socialmente responsáveis;
- 3) Analisar a visão dos alunos sobre a relação da contabilidade com a RSC;
- 4) Verificar a abordagem sobre o tema em sala de aula nas IES estudadas.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho se justifica nos seguintes pontos: (i) contribui com a comunidade acadêmica; (ii) contribui com o tema responsabilidade social corporativa; e (iii) contribui com a sociedade em geral.

Este estudo se justifica pela possível contribuição que poderá trazer a comunidade acadêmica, por apresentar informações sobre o ensino que está sendo ofertado aos estudantes e o nível de absorção dos mesmos sobre o tema. Com ele, poderá ser possível verificar a necessidade de implementar melhorias ou manter os métodos de aplicação aos alunos sobre o ensino desse importante assunto. Alguns estudos foram realizados com enfoque semelhante ao do presente trabalho e sobre RSC: Garay, 2006; Serpa, 2006; Miranda *et al.*, 2007; Braga *et al.*, 2008; Leal, Medeiros e Borges, 2008; Vanzo e Souza, 2008; Santos; Silva, 2010; Calderón *et al.* 2011; Macêdo; Oliveira, 2012; Santos; Silva, 2013, demonstrando que a preocupação com o assunto RSC vem ganhando espaço no meio científico.

Segundo Alberton, Carvalho e Crispim (2004, p. 3) “a Contabilidade tem sofrido grandes avanços no que se refere à responsabilidade social e ao meio ambiente”. E por este motivo, as pesquisas deste assunto vem ganhando importância no meio acadêmico, tendendo ao crescimento.

O estudo contribui também com o tema responsabilidade social corporativa, que, segundo Lourenço e Schroder (2003, p. 01) “se apresenta como um tema cada vez mais importante no comportamento das organizações, exercendo impactos nos objetivos, estratégias e no próprio significado de empresa”, por trazer informações relevantes sobre o assunto, embasadas por importantes estudos já realizados.

A precisão de haver pessoas capacitadas, que possam orientar os *shareholders* das empresas sobre a necessidade da prática de medidas socioeconômicas e divulgar suas práticas de forma eficaz, para o bem da própria empresa e da sociedade onde a mesma está inserida, é realçada dia após dia. As empresas que se preocupam com os agentes internos e externos à organização ganham destaque na mídia e viram notícia, fato que coloca as mesmas em melhor posição que suas concorrentes, ganhando a preferência dos consumidores (LOURENÇO; SCHRODER, 2003).

No contexto exposto, é importante que os estudantes do curso de Ciências Contábeis, no exercício de sua profissão, possuam condições de apoiar as organizações na adoção de medidas socioeconômicas. Com isso, a relevância deste trabalho justifica-se por fazer um estudo sobre o nível de conhecimento dos alunos acerca do tema RSC, pois serão eles que darão suporte aos gestores empresariais referente ao assunto e divulgarão suas práticas voltadas à sociedade.



Segundo Alberton, Carvalho e Crispim (2004, p. 03) “cabe ao Contador ser um agente pró-ativo em relação à responsabilidade socialambiental. [...] Deve agir como um agente social e de mudança, desde o seu desenvolvimento acadêmico até o profissional, interagindo com o meio ambiente de forma ativa e consciente.” Segundo o mesmo autor, em um país de tantas desigualdades, é dever do profissional da contabilidade fornecer alguma contribuição para a comunidade, e na sua visão, tal contribuição é realizada através da informação gerada por esses profissionais.

Neste sentido, os futuros profissionais da contabilidade, precisam adequar-se à nova realidade das empresas, estando preparados para atender aos usuários das informações contábeis e também, para desempenhar seu papel como cidadão consciente de suas funções com a sociedade atual e futura (VANZO; SOUZA, 2008).

Contribui com a sociedade em geral por trazer informações relevantes sobre o tema RSC, mostrando a crescente conscientização das empresas sobre as práticas socialmente responsáveis. As empresas possuem, segundo Calderón *et al.* (2011, p. 04), “papel construtivo e transformador de seu entorno social, preenchendo espaços e lacunas deixados pelo poder público”, isso demonstra, que a abordagem do tema despertará ainda mais o interesse para práticas socioeconômicas por parte dos gestores, devido aos inúmeros benefícios que as mesmas acarretam à empresa e aos agentes envolvidos com a mesma. Corroborar com o pensamento de que ter-se um bom entendimento da RSC é essencial no cenário da sociedade atual, devido a importância do tema, em que os mesmos autores dizem que a RSC “trata-se de um tema complexo e abrangente que gera de fato impacto em toda a sociedade “.

#### 1.4 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Neste estudo, a pesquisa se limitará a acadêmicos de todos os períodos/ano de duas IES do curso de Ciências Contábeis da cidade de Pato Branco, Estado do Paraná, uma pública e outra privada. Vale ressaltar que existem três IES que ofertam o curso de Ciências Contábeis na cidade mencionada, duas privadas e uma pública, porém, em uma das IES privadas, o responsável pelo curso de Ciências Contábeis não autorizou a realização da pesquisa. Como referencial teórico, a pesquisa

analisará as publicações do banco de dados do *Google Acadêmico*, considerando palavras-chaves como forma de filtrá-los, para selecionar os que se direcionam ao tema da pesquisa abordado neste estudo.

## 1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho será composto de cinco capítulos, onde além da contextualização do tema, do problema de pesquisa, do objetivo geral, dos objetivos específicos, da delimitação, da justificativa da pesquisa e da estrutura do trabalho já apresentadas no capítulo introdutório, será apresentado o referencial teórico no segundo capítulo, a metodologia de pesquisa no terceiro, os resultados da pesquisa no quarto e as considerações finais no quinto e último capítulo.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: ABORDAGEM HISTÓRICA E CONCEITOS

O contexto social onde as empresas estão atuando, é complexo e dinâmico, e para se entender o conceito de Responsabilidade Social Corporativa, deve-se levar em consideração que ele pode se alterar com o tempo e as circunstâncias (LOURENÇO; SCHRODER, 2003). Corrobora com esse pensamento, os autores Bertoucello e Chang Júnior (2007, p. 02) ao afirmar que “a relação entre as empresas e a sociedade baseia-se num contrato social que evolui conforme as mudanças sociais e as consequentes expectativas da sociedade”.

Para chegar-se aos conceitos atribuídos à RSC atualmente, faz-se necessário o conhecimento da sua evolução histórica, a qual está relacionada no Quadro 1:

Ano/Local	Observações
1899 França	Estabelecia dois princípios às grandes empresas. O primeiro princípio era o da caridade, exigindo que os membros mais afortunados da sociedade ajudassem os grupos de excluídos. O segundo era o da custódia, onde as empresas deveriam cuidar e multiplicar a riqueza da sociedade.
1919 Estados Unidos	Henry Ford (presidente acionista majoritário da Ford Motor Company), argumentando a importância das empresas realizarem ações com objetivos sociais, contraria um grupo de acionistas ao reverter parte dos lucros na capacidade produtiva, aumento de salários e constituição de fundo de reserva. (RAMALHO, 2011). A Justiça Americana posicionou-se contrária a atitude de Ford, alegando que os lucros deveriam favorecer aos acionistas.
1929 Alemanha	Passa a ser aceitável que as empresas, como pessoas jurídicas, assumam uma função social basicamente em ações de caráter filantrópico.
1953 Estados Unidos	Julga um caso semelhante ao da Ford, mas neste caso a decisão foi favorável à doação de recursos para a Universidade de Princeton, contrariando interesses de um grupo de acionistas, e estabelecendo uma brecha para o exercício da filantropia corporativa.
Década 60 Estados Unidos	A sociedade se manifesta contra a produção e uso de armamentos bélicos, principalmente armas químicas. As organizações não podiam mais vender o que desejassem.
Década 70 Estados Unidos	Os aumentos nos custos de energia e a necessidade de maiores investimentos para reduzir poluição e proteção de consumidores fazem as empresas buscarem ações para maximizar os lucros, deixando de lado as responsabilidades sociais.
1977 França	Foi aprovada a lei que obriga a realização de balanços sociais periódicos para todas as empresas com mais de 700 funcionários, posteriormente alterada para abarcar empresas com mais de 300 funcionários.
1985 Portugal	Promulga a lei que torna obrigatória a apresentação de balanço social para empresas com mais de 100 funcionários.

Ano/Local	Observações
1992 Rio de Janeiro	A ECO 92 deu novo impulso às ações de empresas nos campos social e ambiental.
1993	Herbert de Souza, o Betinho fundou a Ação da Cidadania contra a Fome e Miséria.
1995	Surgiu o Programa Universidade Solidária.
1998	Regulamenta-se a prática do voluntariado.
1997	Foi criado o padrão SA8000 que visa aprimorar as condições de trabalho, adotando e uniformizando os relatórios socioambientais apresentados pelas empresas.
1998	O empresário brasileiro Oded Grajew criou o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, entidade virtual sem fins lucrativos, maior referência em Responsabilidade Social no Brasil.
1999	Foi criada pelo Institute of Social and Ethical Accountability, nova norma, a AA1000, que engloba o processo de levantamento de informações, auditoria e relato social e ético, com enfoque nas partes interessadas.
2000	Lançamento do Global Compact (pacto Global), pelas Nações Unidas, visando promover e implementar nove princípios nas áreas de direitos humanos, trabalho e meio ambiente.
2001	Lançamento do Livro Verde seguido pelo Livro Branco abordando o tema responsabilidade social e incentivando as empresas cotadas na Bolsa a publicarem seus relatórios anuais, além de estimular a adoção de critérios comuns para elaboração de balanços sociais.

**Quadro 1. Evolução Histórica da RSC**

Fonte: Adaptado de Karkotli (2004) e Teixeira (2004), citados por Santos, Oliveira Neto e Zander (2006)

Por muito tempo entendeu-se como RSC, o ato dos administradores das empresas de prestar contas das suas práticas empresarias e dos bens recebidos por eles, fazendo com que as mesmas fossem vistas como entidades instituídas pelos seus investidores e acionistas com o único objetivo de gerar lucros (LOURENÇO; SCHRODER, 2003). Leal, Medeiros e Borges (2008), relatam que o economista Friedman (1970) defendia essa visão ao reconhecer como principal responsabilidade da organização a maximização de lucros dos acionistas, seguindo a legislação, sendo considerado um crítico da RSC.

Também de forma crítica a RSC, o economista Levitt (1958) considerava que os atos das empresas deveriam estar concentrados aos objetivos da organização, ao que concerne a geração de lucros, aos seus investidores e à sobrevivência da organização ao longo do tempo, não tendo nenhuma responsabilidade com a sociedade (RAMALHO, 2011). Esse pensamento, foi contestado pela mesma autora ao observar que Levitt não levou em consideração as mudanças no processo histórico social, que exige das organizações novas relações com a sociedade, diferenciando suas práticas no cenário atual.

Neste sentido Braga *et al.* (2008, p. 01), corrobora com a contestação ao pensamento de Friedman (1970) e Levitt (1958) ao afirmar que “a ideia de que o objetivo principal da empresa é apenas o lucro já se tornou obsoleta e injustificável. Atualmente, as empresas têm metas que vão além da lucratividade”.

Segundo Leal, Medeiros e Borges (2008), o pensamento de Friedman (1970) e Levitt (1958), era contrariado por Freeman e Phillips (2002), ao defender que o sucesso das organizações esta ligado ao seu relacionamento com os grupos chaves que ela mantem, os quais podem atingir ou serem atingidos pelos objetivos das organizações.

Compartilha do pensamento dos autores acima citados, Calderón *et al.* (2011, p. 10) ao afirmar que “quando a empresa é socialmente responsável a sua imagem perante o público interno e externo torna-se positiva favorecendo a vantagem competitiva a longo prazo”. Milani Filho (2008, p. 2) afirma que “a promoção de práticas sociais podem favorecer os interesses de gestores e membros do conselho de administração, além de contribuir com a melhoria da percepção da imagem institucional da empresa”.

Segundo Vanzo e Souza (2008), a sociedade atual passou a exigir das empresas melhores condições de trabalho e um ambiente mais saudável, e as empresas que não se adequarem a essas exigências arriscam não obter o sucesso que almejam. Para Alberton, Carvalho e Crispim (2004, p. 2) “a pressão que os consumidores e o mercado exercem é importante para auxiliar as empresas no sentido de adquirir a consciência de que é preciso desempenhar suas funções com cidadania.”

Segundo Ramalho (2011, p. 82) “o marco no campo da responsabilidade social foi o lançamento do livro *Responsibility of the Businessman* de Howard Bowen nos Estados Unidos em 1953”. Para Bowen (apud Ramalho, 2011, p. 82), responsabilidade social refere-se “a obrigação do empresário de adotar práticas, tomar decisões e acompanhar linhas de ação desejáveis segundo os objetivos e valores da sociedade”. Ramalho (2011, p. 82) afirma que “desta forma, começa-se a consolidar um pensamento de que o empresário, no desenvolvimento de suas atividades profissionais, deve conciliar suas decisões de negócio com os fins da sociedade”.

A sistematização e conceituação da RSC, teve grande participação dos estudiosos sobre o assunto principalmente na década de 90, onde concentraram-se as discussões sobre a ética e moral nas empresas (RAMALHO, 2011). Filho e Rausch (2011), enfatizam que embora o tema responsabilidade social esteja presente em nosso cotidiano, ainda não se tem um consenso sobre seu significado. No entanto, pode-se observar que os conceitos de RSC divulgados atualmente, não

são muito diferentes dos mencionados pelos autores de 50 anos atrás, pois o mesmo continua estando atrelado a observação de que as decisões e resultados das empresas envolvem as comunidades, indo além dos agentes internos da organização (PASSADOR, 2002).

Um exemplo disso é a definição de Responsabilidade Social Empresarial (sinônimo de Responsabilidade Social Corporativa) segundo o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade:

Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (INSTITUTO ETHOS, 2013, p.16).

Observa-se que a definição do Instituto Ethos sobre a RSE, remete à ideia, de que as empresas devem ser geridas de modo que atendam os objetivos de todos os envolvidos com a mesma, não se diferenciando dos conceitos atribuídos a RSC por Bowen, na década de 60. Corroborar com esse pensamento Ramalho (2011, p. 91), ao definir a RSC:

A Responsabilidade Social Corporativa pode ser vista como uma obrigação para com os stakeholders, ou seja, a responsabilidade da empresa afeta somente aqueles que são impactados direta ou indiretamente pelos negócios da empresa, e não a ampla sociedade. Esses stakeholders podem ser agrupados em atores organizacionais (empregados, clientes, acionistas, fornecedores), comunidade, atores governamentais e a mídia.

Para Passos (2004, p. 166) “a responsabilidade social pressupõe consciência e compromisso das empresas com mudanças sociais. Impõe que elas reconheçam sua obrigação [...] com a construção de uma sociedade mais justa, honesta e solidária, uma sociedade melhor para todos”. A mesma autora, enfatiza que as empresas socialmente responsáveis, adotam tal característica para si, e praticam suas responsabilidades constantemente, sendo assim, as empresas que em determinado momento agem com responsabilidade social e em outro não, não podem se considerar socialmente responsáveis. Corroborar com o pensamento da autora, os autores Bertonecello e Chang Júnior (2007, p. 6) ao dizer que a RSC “não se trata de um modismo ou prática de marketing, mas uma conscientização

importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo”.

Visando a estimulação de práticas socialmente responsáveis por parte das organizações, foi desenvolvido uma série de instrumentos de certificação e evidenciação nos últimos anos. Segundo Eon (2014, p. 03) “num mundo cada vez mais competitivo, empresas veem vantagens comparativas em adquirir certificações que atestem sua boa prática empresarial”. Para receber essas certificações, as empresas devem se adequar às normas impostas pelas entidades certificadoras.

Dentre as entidades certificadoras podem ser citadas: Selo Empresa amiga da Criança (certifica empresas que não utilizem mão de obra infantil e contribuam para a melhoria das condições de vida das crianças e adolescentes), a ISO 14000 (destaca às ações ambientais da empresa), a AA1000 (certifica as empresas que possuem boa relação com os *stakeholders*), a SA800 (certifica empresas que tenham boas relações trabalhistas e visa assegurar que não existam ações antissociais ao longo da cadeia produtiva), a ABNT-ISSO 26000 (apresenta diretrizes sobre responsabilidade social), o Instituto Ethos (oferece indicadores de Responsabilidade Social, e possui como objetivo o incentivo à práticas socialmente responsáveis pelas empresas), dentre outros. (EON, 2014; MILANI FILHO, 2008).

## 2.2 AS ORGANIZAÇÕES E A RSC COM AS PARTES INTERESSADAS (STAKEHOLDERS)

Segundo Ramalho (2011, p. 91), a RSC “a Responsabilidade Social Corporativa pode ser vista como uma obrigação para com os *stakeholders*”. Os *stakeholders* podem ser visualizados como qualquer agente interno ou externo à organização, que possui algum tipo de interesse na atuação da organização (LOURENÇO, SCHRODER, 2003).

O Quadro 2, apresenta algumas das responsabilidades que devem ser consideradas pelos gestores organizacionais para com as partes interessadas:

<b>Stakeholders</b>	<b>Responsabilidade</b>
Acionistas	Os gestores das organizações devem ter responsabilidade de utilizar os recursos do negócio, de forma que comprometam-se com a adoção de estratégias para maximizar os lucros da empresa, respeitando as restrições legais exigidas pela sociedade, revelando tais estratégias e utilização de recursos da empresa, bem como os resultados dessa utilização.
Empregados	Uma empresa socialmente responsável, deve alinhar seus objetivos e metas aos interesses dos funcionários, investindo em desenvolvimento pessoal e individual de seus empregados, na melhoria de suas condições de trabalho, no relacionamento interno e no incentivo a participação dos empregados nas atividades da empresa, respeitando a cultura, as crenças, a religião e os valores de cada um, criando assim, um ambiente de trabalho saudável, resultando em maior produtividade, comprometimento e motivação.
Fornecedores	As empresas socialmente responsáveis devem utilizar critérios de comprometimento social e ambiental na hora de selecionar seus parceiros e fornecedores, preferindo aqueles que possuem um código de conduta semelhante ao da própria empresa no que diz respeito a questões como relações com os trabalhadores ou com o meio ambiente.
Clientes	Na perspectiva dos clientes, as empresas socialmente responsáveis devem investir permanentemente no desenvolvimento mecanismos de melhoria de confiabilidade, eficiência, segurança, e disponibilidade dos seus produtos e serviços, minimizando os possíveis riscos e danos à saúde que estes produtos ou serviços possam causar aos seus consumidores e à sociedade em geral.
Comunidade	A comunidade onde as empresas estão inseridas, oferecem-lhe recursos (empregados, parceiros e fornecedores), os quais tornam possível a execução das atividades corporativas. Como forma de retribuição, o investimento na comunidade, através da participação em projetos sociais promovidos por organizações comunitárias e ONGs, é visualizado como um meio de melhorar o desenvolvimento interno e externo da organização.
Governo e Sociedade	A empresa deve manter uma relação de forma ética e responsável com os poderes públicos, sendo transparentes com a sociedade, acionistas, empregados, clientes, fornecedores e distribuidores, agindo de acordo com a legislação e interagindo de forma dinâmica com os representantes públicos, possuindo como foco a melhoria das condições sociais e políticas do país. É dever da empresa manter uma atuação política condizente com os seus princípios éticos, a qual deve estar alinhada com os interesses da comunidade.
Concorrentes	Para ser considerada socialmente responsável no aspecto da concorrência a empresa deve evitar práticas monopolistas e oligopolistas, <i>dumpings</i> e formação de trustes e cartéis, buscando sempre fortalecer a livre concorrência de mercado, evitando portanto, a realização de ações ilícitas e imorais para obter vantagens competitivas, ou visar o enfraquecimento de suas concorrentes, mantendo sempre um relacionamento ético, de forma que não comprometam os interesses principalmente dos consumidores e clientes.

**Quadro 2. Responsabilidades das empresas com os stakeholders**

Fonte: Baseado em Lourenço e Schroder (2003).

Através da apresentação das responsabilidades esperadas das empresas com seus *stakeholders* citados, segundo Garay (2006, p. 2) “é possível observar os diferentes atores se posicionando em face a questões como ética, transparência no uso de recursos financeiros, cuidados com o meio ambiente, agravamento dos problemas sociais, entre outras”. Segundo a autora, esses atores estão exercendo influencia na gestão dos negócios.



Lourenço e Schrodler (2003), apresentaram em seu estudo as contribuições e demandas básicas entre a relação dos *stakeholders* com as organizações, as quais seriam:

- Os acionistas, contribuem com o capital nas organizações, e esperam como retorno lucros e a preservação do patrimônio;
- Os empregados, contribuem com a mão de obra, criatividade e ideias, esperando como retorno salários justos, segurança e saúde no trabalho, realização pessoal e condições de trabalho;
- Os fornecedores, contribuem com o fornecimento de mercadorias, esperando como retorno das organizações, o respeito aos contratos e negociações leais;
- Os clientes, contribuem com o dinheiro e a fidelidade, e esperam obter como retorno segurança e boa qualidade nos produtos que adquirem, preço acessível e uma propaganda honesta por parte das empresas;
- A comunidade/sociedade, contribui com a infraestrutura, e espera o respeito aos interesses comunitários, contribuições com a melhoria da qualidade de vida na comunidade, conservação dos recursos naturais, proteção ambiental e respeito aos direitos de minorias;
- O governo contribui com o suporte institucional, jurídico e político, e espera como retorno a obediência às leis e o pagamento de tributos;
- Por fim, os concorrentes contribuem com a competição e com o referencial de mercado e esperam como retorno a lealdade na concorrência.

### 2.3 DISCLOSURE SOCIAL

Atualmente, os consumidores vem cobrando das organizações práticas socialmente responsáveis como forma de amenizar os impactos das suas atividades ao meio em que se concentram (LOURENÇO; SCHRODER, 2003). Corrobora com esse pensamento Teixeira (2004, p. 4) ao dizer que “os segmentos participantes do mercado passaram a exigir responsabilidade das empresas em relação a seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, à comunidade onde atuam e ao meio

ambiente”. Isso demonstra que a sociedade está cada vez mais preocupada com a atuação das organizações no meio em que estão envolvidas. Segundo Alberton, Carvalho e Crispim (2004, p. 2) “a pressão que os consumidores e o mercado exercem é importante para auxiliar as empresas no sentido de adquirir a consciência de que é preciso desempenhar suas funções com cidadania”.

Neste contexto, cresce a demanda por informações com enfoque às práticas socialmente responsáveis por parte das empresas e o desejo das mesmas, em se apresentarem socialmente responsáveis para melhorar sua imagem perante a sociedade (BRITO, 2004). Deste modo, surge o chamado “*disclosure*”, que pode ser definido como a divulgação de informações de cunho qualitativas ou quantitativas pelas empresas através dos meios formais ou informais, tendo como objetivo principal o fornecimento de informações úteis aos usuários das mesmas, garantindo aos *stakeholders* a transparência das atividades organizacionais, apoiando-os na tomada de decisões (PORTAL ET AL., 2012).

A divulgação de informações pelos meios formais da responsabilidade social corporativa, são realizadas pelos profissionais contábeis através da contabilidade social e/ou ambiental, onde segundo Alberton, Carvalho e Crispim (2004, p. 3), “o Contador deve ser um agente social consciente da sua importância dentro da organização e da sociedade em que está inserido, gerando informações que possibilitam a tomada de decisão”. Neste sentido, faz-se necessário o entendimento da interligação que a contabilidade tem com a responsabilidade social corporativa.

### 2.3.1 A Contabilidade e a RSC

O contexto atual vivenciado pela humanidade é especial, onde assuntos como responsabilidade social, preservação ambiental, certificações, sustentabilidade, relatórios sociais, entre outros, fazem parte do dia a dia das pessoas e empresas, e isso não é diferente no âmbito da contabilidade (FILHO; RAUSCH, 2011).

Ao se analisar a história da contabilidade, é possível perceber que ela acompanha a evolução da sociedade desde os tempos primórdios, e considerando o contexto atual vivenciado pelas organizações – o da necessidade de práticas

socialmente responsáveis – observa-se a necessidade da profissão estar se adequando à nova realidade empresarial, para desenvolver suas funções com qualidade (VANZO; SOUZA, 2008). Segundo Hoss *et al.* (2013, p. 201) “ampliaram-se os usuários e a natureza das informações contábeis exigidas para as empresas [...], os usuários passaram a buscar informações de caráter social e ambiental”. Neste contexto, surge a Contabilidade Social e a Contabilidade Ambiental.

Segundo Ludícibus, Marion e Faria (2009, p. 28), “a contabilidade é um instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa”. Na mesma linha Hoss *et al.* (2012, p. 16) informam que a contabilidade é responsável pela “geração de informações úteis e relevantes para a tomada de decisão”.

Neste sentido, pode-se dizer que a contabilidade social ou ambiental é um ramo da contabilidade que está ligada a geração de informações úteis e relevantes sobre a atuação das organizações e seus reflexos ao patrimônio das empresas, da sociedade e do meio ambiente (representados pelos recursos naturais), proporcionando aos seus usuários um apoio para tomar decisões (VANZO; SOUZA, 2008).

Nas palavras de Ludícibus (1997, p. 25), a abordagem sociológica da contabilidade:

É uma abordagem do tipo “bem estar social” (*welfare*), no sentido de que os procedimentos contábeis e os relatórios emanados da Contabilidade deveriam atender a finalidades sociais mais amplas, inclusive relatar adequadamente ao público informações sobre a amplitude e a utilização dos poderes das grandes companhias.

Para Vanzo e Souza (2008, p. 4) “a contabilidade ambiental ou social, não abrange só os aspectos relativos ao uso dos recursos naturais, mas também, das suas causas e consequências para a sociedade”. Neste sentido, a contabilidade social ou ambiental, trata da responsabilidade social em todos os aspectos das práticas empresariais.

O contador é quem divulga as informações das práticas empresariais formalmente (por meio das demonstrações contábeis), devendo fazer isso de forma clara e precisa, de modo que passe confiabilidade e segurança aos seus usuários (ALBERTON; CARVALHO; CRISPIM, 2004). Acredita-se que esses profissionais tem o poder de modificar a percepção das pessoas sobre o mundo das organizações e de transformá-lo (DIAS FILHO; MACHADO, 2004), portanto, vê-se a necessidade

dos contadores estarem preparados para as novas exigências do mercado com as empresas.

Neste sentido, é importante que a academia, em especial, do curso de Ciências Contábeis, na condição de responsável pela formação dos futuros contabilistas, esteja atenta a tais necessidades empresariais, para que possam introduzir e ensinar o tema no cotidiano dos estudantes (VANZO; SOUZA, 2008).

A academia, segundo Filho e Rausch (2011, p. 2) “deve ter um papel fundamental no sentido de proporcionar ao graduado em Ciências Contábeis plenas condições de exercer suas habilidades também no campo social”. Os mesmos autores explicam, que normalmente a área social é deixada em segundo plano, onde o campo financeiro possui uma maior concentração de estudo.

A Resolução CNE/CES nº 10/2004 do Ministério da Educação e Cultura (MEC), no seu artigo 3º, inciso I, estabelece que os cursos de graduação em Ciências Contábeis devem ensejar condições para que o futuro contabilista seja capacitado à compreender as questões sociais em âmbito nacional e internacional e nos diferentes modelos de organização. Com tal capacidade, acredita-se que os profissionais contabilistas poderão estar exercendo sua função social, pois segundo Leal, Medeiros e Borges (2008, p. 4) “a informação gerada adequadamente e evidenciada de forma oportuna e não enviesada é que gera valor à sociedade”.

Através do desenvolvimento das técnicas contábeis, o profissional da contabilidade oferece sua contribuição para o desenvolvimento social e econômico, devido ao fato de que a propagação da informação que gera valor às organizações (que deve ser tratada como um bem público) ser considerada um ato de responsabilidade social do profissional contábil.

### 2.3.2 Balanço Social e a Demonstração do Valor Agregado/Adicionado (DVA)

Segundo Milani Filho (2008, p. 04), “o balanço social não é uma peça obrigatória, mas constitui-se num dos principais relatórios sobre as características da empresa e seu relacionamento com diferentes públicos”. É através do balanço social que a empresa apresenta à sociedade suas ações sociais, que envolvem todos os seus parceiros (*stakeholders*) (PORTAL ET AL., 2012).

Iudícibus, Marion e Faria (2009, p. 203) informa que “o balanço social evidencia o perfil social das empresas: relações de trabalho dentro da empresa [...]; tributos pagos; investimentos para a comunidade [...]; investimentos no meio ambiente etc”.

Iudícibus, Martins e Gelbcke (2000, p. 31), consideram que “existem quatro tipos de vertentes do Balanço Social: o Balanço Ambiental, o Balanço de Recursos Humanos, Demonstração do Valor Adicionado e Benefícios e Contribuições à Sociedade em geral”, porém dentre estas, segundo Iudícibus, Marion e Faria (2009), a que mais se evidencia no que concerne às necessidades relacionadas à informação sobre as riquezas geradas pela organização e sua distribuição entre os agentes contribuintes para essa geração de riquezas, é a Demonstração do Valor Adicionado.

Neste sentido, o balanço social se diferencia das demais demonstrações contábeis, que visam a divulgação de informações para os sócios e para o fisco, pois ele se concentra basicamente em difundir informações que interessem a todos os *stakeholders* (LEAL; MEDEIROS; BORGES, 2008).

A DVA, segundo Hoss *et al.* (2013, p. 201), tem como objetivo principal “identificar a riqueza gerada pela entidade e sua respectiva distribuição para o governo, funcionários, bancos e sócios”. Segundo os mesmos autores, a DVA foi uma das primeiras demonstrações que surgiram no Brasil para evidenciar esse tipo de informação. Para Ribeiro (2009, p. 229), a “DVA representa um grande avanço para a própria ciência contábil, especialmente porque os indicadores e informações de natureza social atingem um universo maior de usuários”.

## 2.4 PESQUISAS CONTEMPORÂNEAS

Algumas pesquisas com objetivos semelhantes aos do presente estudo foram realizadas por estudiosos da área da contabilidade social e do tema RSC, as quais são descritas a seguir.

Primeiramente, Garay (2006), buscou conhecer a percepção dos jovens talentos do curso de administração, sobre a importância que dão ao assunto RSC na hora de escolher as empresas que gostariam de trabalhar. Os resultados mostraram

que os alunos dão uma importância média a RSC na hora de escolher as empresas que gostariam de trabalhar e que o tema foi considerado um fator mais importante para a retenção de talentos do que para atração de jovens talentos. Os jovens, mostraram se preocupar com a conduta da empresa com os funcionários (RSC interna), dados que reforçam a importância das políticas de RH como fator de atração e retenção de talentos.

Braga *et al.* (2008) tiveram como objetivo analisar a percepção dos estudantes do curso de graduação em Ciências Contábeis de uma IES pública do Estado da Bahia acerca do assunto RSC, por meio de questionário. Os resultados da pesquisa, mostram que os estudantes de maneira geral, tiveram a percepção de que a RSC está relacionada com uma postura por parte das empresas em conciliar metas de crescimento econômico com outras de natureza social e ambiental, e também uma estratégia de marketing e de legitimação social.

Leal, Medeiros e Borges (2008) analisaram a RSC na perspectiva do estudante de ciências contábeis da cidade de Uberlândia. As conclusões indicam que contradições e ambiguidades relacionadas ao modo como os estudantes de Ciências Contábeis compreenderam a RSC e como esta influencia o seu comportamento, os autores alertaram a academia para a necessidade de inserir o tema em seus currículos.

Vanzo e Souza (2008) procuraram verificar qual a percepção dos graduandos dos cursos de Ciências Contábeis sobre a influência que a disciplina Contabilidade Ambiental ou Social pode exercer em sua formação profissional e social. Os resultados demonstraram que o alto grau de importância atribuído pelos discentes aos assuntos ambientais ou sociais para sua formação profissional e pessoal, enquanto cidadãos, no contexto político, social e econômico atual, o quanto a disciplina Contabilidade Ambiental ou Social é importante para seus alunos, futuros contadores, e para a sociedade da qual estes fazem parte como cidadãos.

### 3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Nesta seção busca-se apresentar o enquadramento metodológico da pesquisa. Esta será classificada quanto à (i) natureza do objetivo; (ii) natureza do trabalho; (iii) abordagem do problema; (iv) coleta de dados; e (v) instrumento de pesquisa.

#### 3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

A natureza do objetivo da pesquisa é descritiva, que segundo Gil (2002, p. 42), tal modalidade de pesquisa “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno e [...] levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população”. Corrobora com esse pensamento Lopes *et al.* (2010, p. 142), ao definir a pesquisa descritiva como sendo um “estudo de uma determinada população, descrevendo suas características, estabelecendo variáveis entre si, a partir de seus objetivos”. As características descritivas deste estudo ficam claras ao se observar, que o principal objetivo do mesmo é conhecer e analisar as percepções dos acadêmicos sobre o tema Responsabilidade Social Corporativa, visando descrever as características apresentadas por essa população.

A abordagem do problema é de caráter quantitativo, uma vez que são utilizadas técnicas estatísticas ou cálculos percentuais para tratamento dos dados coletados por meio de questionário.

A natureza do trabalho pode ser caracterizada como prática por meio de um estudo de campo, a qual conforme Gil (2002, p. 53) “é desenvolvida por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar suas explicações e interpretações do que ocorre no grupo”. Onde, nas palavras de Barros e Lehfeld (2000, p. 75) o “investigador na pesquisa de campo assume o papel de observador e explorador, coletando diretamente dados do local (campo) em que se deram ou surgiram os fenômenos”. Os objetivos deste trabalho são observar e coletar dados, para geração de informações sobre o nível de percepção dos alunos do curso de Ciências Contábeis acerca do tema RSC.

### 3.2 PROCEDIMENTOS PARA SELEÇÃO DOS ESTUDOS QUE COMPÕEM O REFERENCIAL TEÓRICO

Os procedimentos adotados para selecionar os estudos que compõe o referencial teórico, foi por meio da busca na base de dados do *Google Acadêmico* pelas palavras-chave Percepção, Contabilidade, Sustentabilidade, Responsabilidade Social, Responsabilidade Corporativa, Responsabilidade Social Empresarial e Responsabilidade Social Corporativa, selecionando os artigos que continham as mesmas em seu título e/ou palavras-chave. Posteriormente foi realizada a leitura dos artigos, com o intuito de escolher os que possuíam abordagem de assunto mais condizente com os objetivos que foram contemplados nesse trabalho.

### 3.3 INSTRUMENTO PARA COLETA DOS DADOS

Para a coleta de dados, foram utilizados dados primários coletados por meio de um questionário, o qual, segundo Bervian e Cervo (1983, p. 244) “é a forma mais usada para coletar dados, pois possibilita medir com melhor exatidão o que se deseja”. Adotou-se essa forma de coleta de dados, devido ao fato de que os questionários permitem possuir questões que estão diretamente relacionadas com o problema central da pesquisa.

Os dados primários são aqueles que foram obtidos totalmente do campo de pesquisa (RICHARDSON, 2008). Os dados do presente estudo foram retirados diretamente das IES estudadas, sendo coletados através da aplicação de um questionário presencialmente em sala de aula das IES.

O presente estudo é baseado na pesquisa já realizada por Braga *et al.* (2008), que foi realizada com estudantes matriculados no curso de graduação em Ciências Contábeis da Universidade Estadual de Feira de Santana – UEFS, Bahia. As proposições do questionário mantiveram-se as mesmas, no entanto, foram acrescentadas algumas proposições e alguns questionamentos com relação a identificação do perfil amostral e ao conhecimento prévio dos respondentes sobre



RSC, para alinhar o questionário aos objetivos da presente pesquisa. As inclusões realizadas estão destacadas nos Quadros 3 e 4, conforme se segue.

O questionário é composto por três partes, sendo:

- (i) a primeira parte voltada com instruções para responder o questionário;
- (ii) a segunda parte para atingir o objetivo principal da pesquisa (representada pelo Bloco 1 do questionário); e
- (iii) a terceira para a identificação do perfil da amostra (Bloco 2).

O Bloco 1 compõe a segunda parte do questionário. O mesmo tem como objetivo principal identificar se os respondentes possuem conhecimento prévio sobre RSC, qual suas percepções sobre o conceito da RSC, sobre as práticas socialmente responsáveis das organizações e qual o envolvimento da contabilidade com a RSC. A classificação da variável de resposta das proposições é ordinal, tendo como opção de resposta, a escolha de um ponto em uma escala (*Likert*) de intensidade de 0 (zero) a 10 (dez), onde o número zero representará a total discordância do respondente com a proposição apresentada, e o número dez sua total concordância com a proposição.

O Quadro 3 apresentado a seguir, representa o Bloco 1 do questionário.

<b>Conhecimento prévio sobre RSC</b>			
<b>Cód</b>	<b>Questão</b>	<b>Classificação da Variável</b>	<b>Opções de Resposta</b>
<b>Q1</b>	Você já possuía conhecimento prévio sobre RSC?	Ordinal	(1) Sim (2) Não
<b>Q2</b>	Se sim, onde o adquiriu:	Ordinal	(1) Na academia (2) Através da mídia (jornais, televisão, internet, etc) (3) Outros, especifique: _____
<b>Q3</b>	Se você respondeu “Sim” na questão Q1, por favor, descreva o que você entendia sobre o assunto RSC:	Nominal	Várias
<b>Conceito de RSC</b>			
<b>Proposição</b>			<b>Grau de Concordância</b>
<b>P1</b>	Empresa socialmente responsável é aquela que cumpre em dia suas obrigações com empregados, fornecedores, Estado (impostos) e outros possíveis agentes com os quais se relaciona.		
<b>P2</b>	Responsabilidade social corporativa está relacionada a uma política adequada de remuneração, saúde, segurança e educação da empresa para com os seus empregados.		
<b>Práticas organizacionais acerca da RSC</b>			
<b>Proposição</b>			<b>Grau de Concordância</b>

P3	As práticas de responsabilidade social são estratégias de marketing para fortalecer a imagem da empresa perante o mercado.	
P4	Além da geração de lucro para os sócios/acionistas, as empresas devem se preocupar com a qualidade dos produtos, com a satisfação dos consumidores e com o impacto de suas atividades na comunidade onde atua.	
P5	As empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente.	
P6	Da mesma forma que o Estado, as empresas devem investir em áreas de interesse público, como: educação, saúde, cultura e questões sociais em geral.	
P7	As empresas realizam investimentos na área social/ambiental apenas para obter aceitação (legitimidade) no meio em que estão inseridas.	
P8	As empresas que investem na área social/ambiental praticam tal ação com outros interesses que não o de contribuir de fato com a melhoria da qualidade de vida da coletividade.	
P9	A responsabilidade social das empresas se limita à geração de lucro para os sócios/acionistas e à contribuição para o crescimento econômico do país.	
P10	As empresas, são visualizadas como grandes consumidoras de recursos, o que contribui para os problemas sociais e ambientais existentes, porém, isso não influencia os consumidores na hora da aquisição de um bem ou serviço das organizações.	
P11	As práticas de RSC é uma conscientização importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo.	
P12	As empresas que se preocupam com os agentes internos e externos à organização, possuem melhor posição que suas concorrentes e ganham a preferência dos consumidores.	
<b>Relação da Contabilidade com a RSC</b>		
<b>Proposição</b>		<b>Grau de Concordância</b>
P13	O profissional de contabilidade deve contribuir com a responsabilidade social das empresas incentivando práticas como a divulgação de relatórios sociais (Balanço Social) e a transparência nas demonstrações contábeis.	
P14	Estão entre as atribuições do profissional de contabilidade, a divulgação de informações de cunho social e ambiental. Por este motivo, o contabilista tem o poder de influenciar a visão dos gestores organizacionais sobre o meio que envolve a empresa e de incentivar as práticas de RSC.	
P15	A sociedade está cobrando cada vez mais práticas de responsabilidade social das empresas, e o contador deve acompanhar este novo contexto empresarial para desempenhar suas funções com qualidade.	

**Quadro 3. Conhecimento prévio dos respondentes sobre RSC, suas percepções sobre o conceito de RSC, as práticas organizacionais acerca da RSC e sobre o envolvimento da Contabilidade com a RSC (Bloco 1)**

Fonte: elaborado pela autora

O Bloco 2, compõe a terceira parte do questionário, e tem por objetivo fazer identificação do perfil amostra no que se refere a idade dos respondentes, ao gênero, a instituição de ensino em que estuda, ao período do curso, se já possui outra

graduação (caso possua, a informação de qual graduação é requisitada), vínculo empregatício (caso possua na área contábil, a informação da área de atuação e tempo de experiência) e qual a sua renda bruta familiar. O Quadro 4, faz a apresentação do Bloco 2 do questionário.

	<b>Cód</b>	<b>Questão</b>	<b>Classificação da Variável</b>	<b>Opções de Resposta</b>
<b>Identificação do respondente</b>	Q1	Qual sua instituição de ensino?	Ordinal	(1) IE Privada (2) UTFPR – Câmpus Pato Branco
	Q2	Qual ano/período está cursando?	Nominal	Várias
	Q2.5	Qual sua Idade?	Nominal	Várias
	Q3	Qual é seu gênero?	Ordinal	(1) Feminino (2) Masculino
	Q4	Você possui outra graduação (curso de nível superior) já concluída?	Ordinal	(1) Sim (2) Não
	Q5	Se você respondeu sim na Q4, qual seria?	Nominal	Várias
	Q6	Se possui vínculo empregatício?	Ordinal	(1) Sim (2) Não
	Q7	Se você respondeu sim na Q6, em qual área de atuação?	Ordinal	(1) Contábil (2) Outras
	Q8	Se outras, especifique:	Nominal	Várias
	Q9	Se trabalha na área contábil, quanto tempo você possui de experiência?	Nominal	Várias
Q10	Qual a renda total de sua família, incluindo seus rendimentos?	Ordinal	De nenhuma até acima de 30 salários mínimos (mais de R\$ 23.640,01).	

**Quadro 4. Identificação do respondente (Bloco 2)**

Fonte: elaborado pela autora

Ressalta-se que as questões e proposições em destaque nos Quadros 3 e 4, foram adicionadas ao questionário proposto por Braga et al. (2008), a fim de adequar o instrumento com os objetivos do presente estudo.

Nos apêndices, está na íntegra o questionário utilizado para a coleta de dados da presente pesquisa.

### 3.4 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Nas palavras de Lakatos e Marconi (2010, p. 147) a amostra se define como “uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo”. A população do estudo é composta por alunos do 1º ao 8º período do curso de Ciências Contábeis da IES Privada, e por alunos do 1º ao 4º

ano da instituição de ensino pública, a Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Câmpus Pato Branco, ambas localizadas no Sudoeste do Paraná. A amostra é composta por todos os alunos que se dispuseram voluntariamente à contribuir com a presente pesquisa, respondendo o questionário que lhes foi entregue.

### 3.5 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DOS DADOS

O procedimento adotado para a coleta dos dados, foi por meio de um questionário aplicado de forma impressa e presencialmente em sala de aula aos participantes, mediante visita previamente agendada nos meses de junho e julho de 2015. O total de questionários respondidos soma-se 273 (duzentos e setenta e três), sendo que destes, 268 (duzentos e sessenta e oito) são considerados válidos e 05 (cinco) são considerados não-válidos. Os não-válidos, são questionários onde havia a inexistência de uma ou mais respostas em qualquer um dos itens.

### 3.6 PROCEDIMENTOS PARA ANÁLISE DOS DADOS

Os procedimentos adotados para análise dos dados coletados através do instrumento de pesquisa foram quantitativos, que segundo Moresi (2004, p. 64) “é apropriada para medir tanto opiniões, atitudes e preferências como comportamentos”. Oliveira (2000, p.68) diz que este tipo de método, “está sempre associado à experimentação e manipulação de um objeto estudado em uma população”.

Através da análise quantitativa dos dados a ser realizada, será possível gerar informações relevantes sobre o objeto da pesquisa, identificando as percepções dos alunos das instituições de ensino estudadas sobre RSC, considerando o que lhes é oferecido sobre o assunto na academia, e ainda, a possível necessidade de implementar métodos eficazes de abordagem do tema em sala de aula, verificando

sua existência e se os mesmos estão atendendo as necessidade exigidas dos futuros profissionais da área contábil no mercado de trabalho.

Em primeiro momento, será realizada a análise do conhecimento prévio dos alunos sobre RSC segundo a característica do discente, a fim de identificar em quais grupos de estudantes o assunto era mais conhecido antes da aplicação do questionário.

Como segundo procedimento, será realizada a análise dos grupos de alunos que possuem visão divergente da literatura sobre as proposições apresentadas, através da separação da escala *Likert* de 10 níveis em dois grupos, um abrangendo os alunos que responderam de 0 a 5, demonstrando sua discordância com a proposição e outro com as respostas de 6 a 10, representando os alunos que concordaram com a afirmativa.

Posteriormente, será realizada a análise de divergência de percepções das proposições por grupo de alunos, através da diferença absoluta entre as médias dos grupos, onde após encontrada as diferenças mais relevantes, será feito o destaque das mesmas para uma análise mais detalhada, com a finalidade de tentar conhecer qual o motivo dessa divergência de percepção entre os grupos de alunos.

Por último, será realizado testes estatísticos para comprovação das diferenças de médias encontradas e testar a confiabilidade de escala do instrumento utilizado na pesquisa.

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

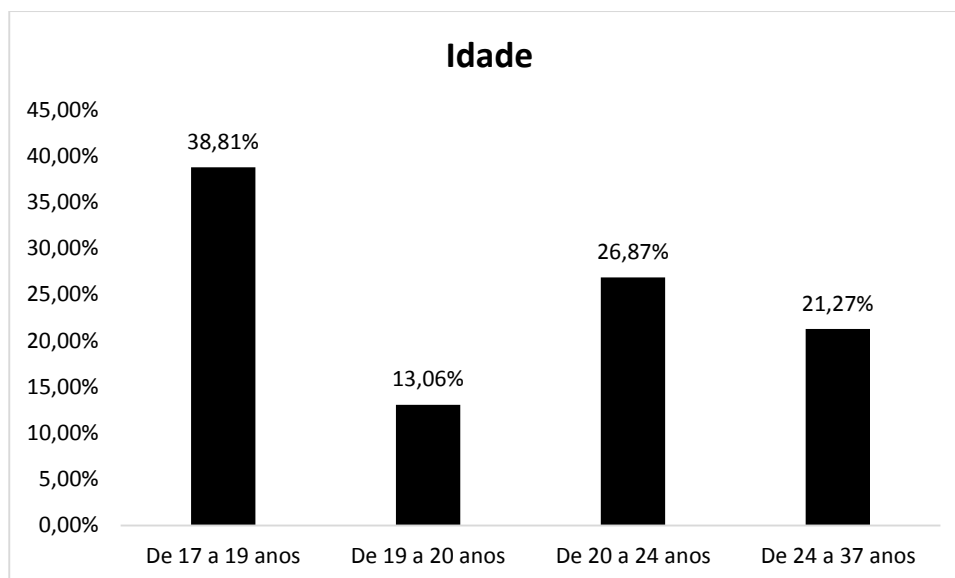
### 4.1 ANÁLISE DAS QUESTÕES DE CARACTERIZAÇÃO DOS RESPONDENTES

No questionário aplicado aos discentes do curso de Ciências Contábeis participantes desta pesquisa, foi-lhes solicitado que respondessem algumas questões com a finalidade de levantar suas características pessoais, tais como: (i) a instituição de ensino a qual ele pertence; (ii) em qual ano/período do curso ele está cursando; (iii) qual sua idade; (iv) qual seu gênero; (v) se possui outra graduação já concluída e caso possua, a identificação da mesma; (vi) se possui vínculo empregatício; (vii) qual a área de atuação profissional (caso possua vínculo empregatício); (viii) se o vínculo for na área contábil, quanto tempo possui de experiência; (ix) e qual a renda total mensal de sua família.

Ao analisar a instituição de ensino a qual o aluno pertence, observa-se que grande parte dos respondentes (61,19%) são da IE Privada. Isso pode ter ocorrido devido ao seu número de alunos matriculados no curso de Ciências Contábeis, ser maior que na IES pública, com 352 e 156, respectivamente.

Para analisar o ano e/ou período que os respondentes estão cursando, os alunos foram agrupados em dois grupos: (i) composto pelos alunos que estão nos anos e períodos iniciantes (1º e 2º ano/1º a 3º período); e o (ii) composto pelos alunos que estão nos dois anos e períodos finais do curso (3º e 4º ano/5º a 7º período). Os resultados da análise apontaram que 58,21% dos respondentes compõem o grupo dos alunos que estão nos anos iniciais do curso.

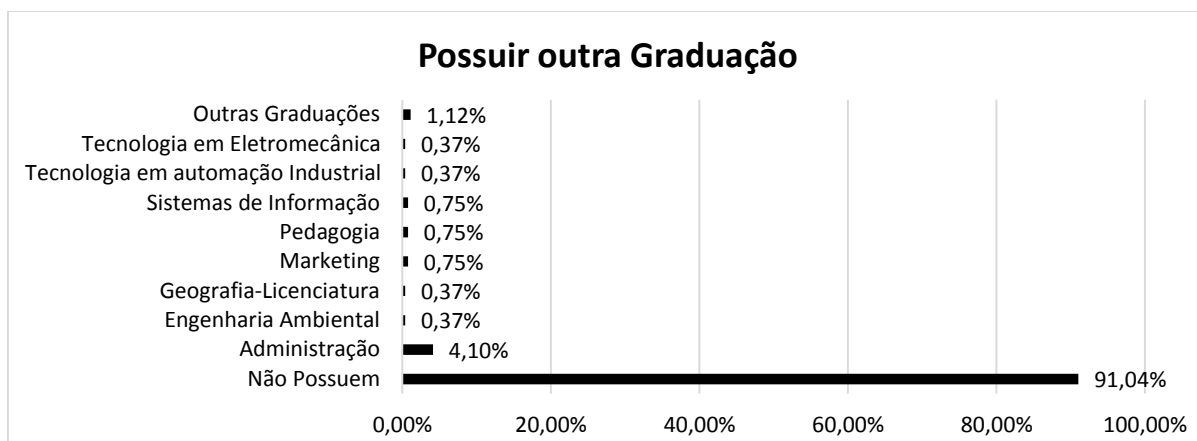
Para melhor análise da idade dos respondentes, amostra foi dividida em quatro grupos, sendo estes: (i) composto pelos alunos que possuem idade entre 17 e 19 anos; (ii) composto pelos alunos que possuem idade entre 19 e 20 anos; (iii) composto pelos alunos que possuem idade entre 20 e 24 anos; e (iv) composto pelos alunos que possuem idade entre 24 e 37 anos. A composição da idade do perfil amostra, pode ser observado no Gráfico 1.



**Gráfico 1. Idade do perfil amostra.**  
**Fonte: Elaborada pela autora.**

Ao analisar a amostra por gênero, observa-se que não há grande diferença entre o número de respondentes do gênero feminino e masculino, pois do total dos 268 alunos que participaram da pesquisa, 55,22% são mulheres e 44,78% são homens.

Analisou-se o percentual dos alunos que possuem outra graduação já concluída, a fim de observar se esta pode influenciar e/ou contribuir no entendimento dos respondentes com relação a RSC. Diante dos dados coletados, observa-se que grande parte da amostra não possui outra graduação (91,04%), e dos que possuem (8,96%), a grande maioria cursou Administração e o restante, as demais graduações conforme pode ser observado no Gráfico 2. As outras graduações, que representa um percentual de 1,12% do total, não foram informadas pelos respondentes.

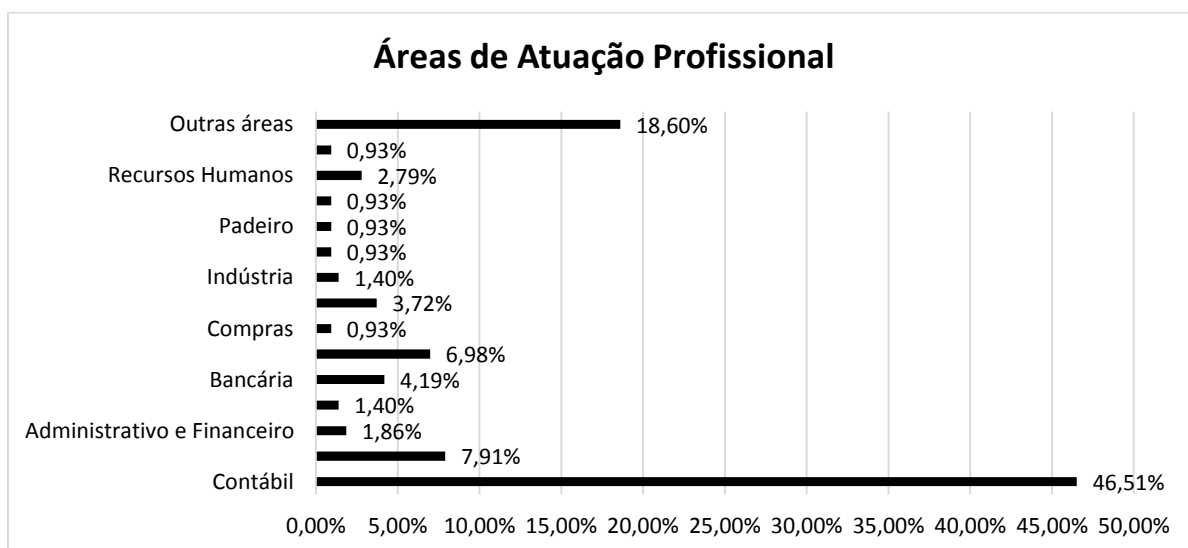


**Gráfico 2. Possuir outra graduação.**

Fonte: Elaborada pela autora.

Procurou-se analisar também, se a amostra possui ou não vínculo trabalhista, a fim de verificar se a experiência com o mercado de trabalho pode influenciar na percepção dos respondentes sobre o tema da pesquisa (RSC). Os resultados informaram que a maior parte dos respondentes, possuem contato com o mercado de trabalho, representando 80,22% do total de alunos que contribuíram com a pesquisa.

A área de atuação profissional dos alunos que afirmaram ter vínculo trabalhista, também foi alvo de análise desta pesquisa, e através da mesma, verificou-se que dos 80,22% dos respondentes que possuem vínculo trabalhista, as áreas que mais se destacaram foram: contábil, seguida do setor administrativo, da área comercial, bancária e financeira. As demais áreas de atuação, não menos importantes que as ressaltadas nesta análise, podem ser observadas no Gráfico 3.



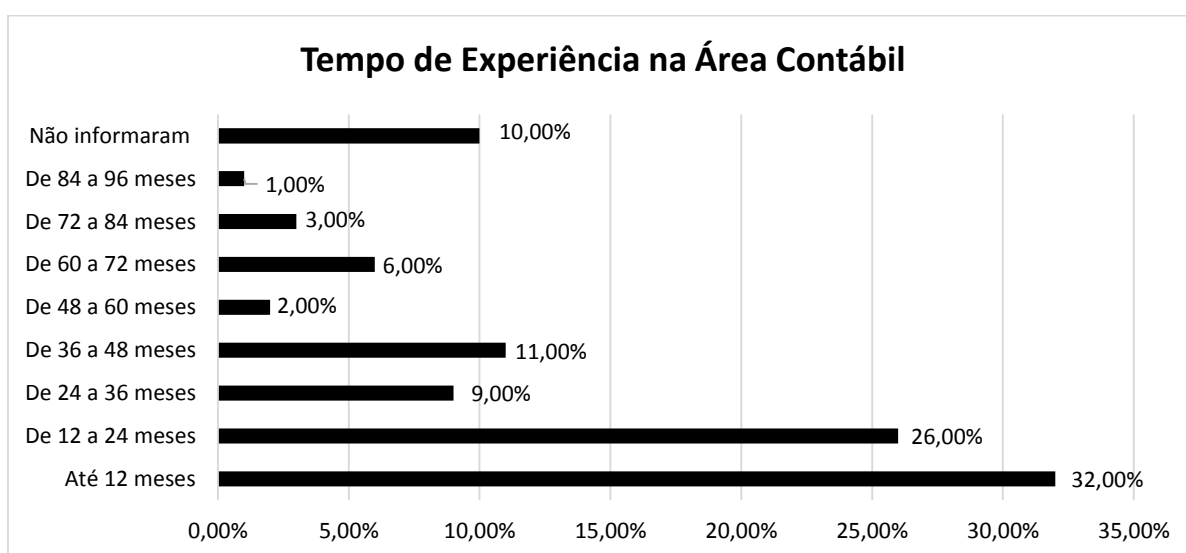
**Gráfico 3. Áreas de atuação profissional.**

Fonte: Elaborada pela autora.



No Gráfico 3, todas as áreas de atuação em destaque, representam dois ou mais alunos que trabalham no mesmo campo de atuação. As outras áreas, representando 18,60% dos discentes que possuem vínculo com o mercado de trabalho, é composta por profissões de 40 alunos e estão descritas a seguir: Foto e vídeo; costura; cinegrafista; trabalhador da zona rural; autônomo; consultor técnico de pôs venda; modelo; pecuária; segurança pública; faturamento; saúde/laboratorial; licitação/prefeitura; expedição; segurança; operador de logística; suporte técnico; moveleiro; manicure; recepcionista; direito. Ressalta-se que 17 alunos que possuem vínculo empregatício não informaram qual sua área de atuação.

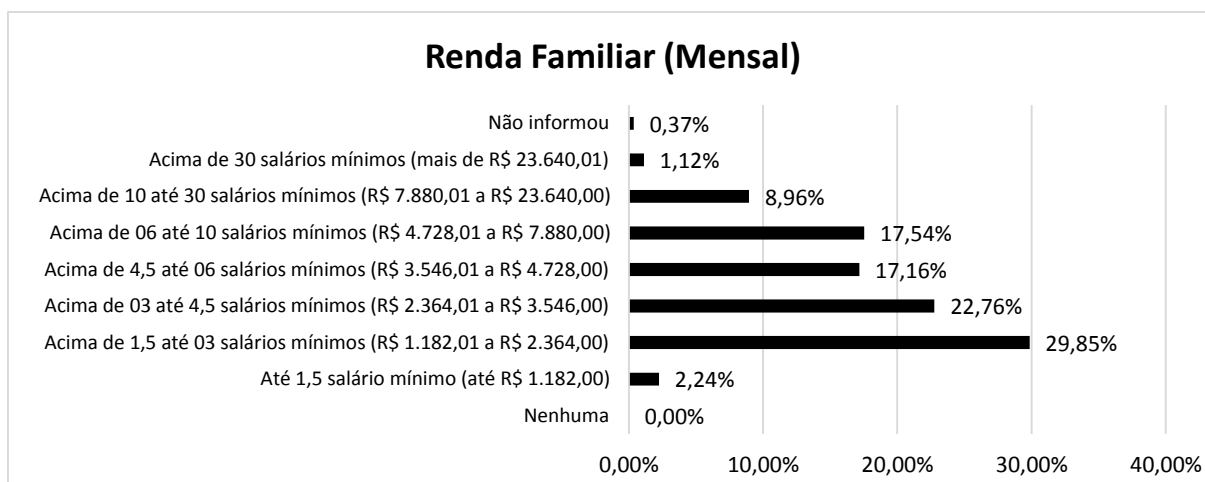
Foi solicitado aos alunos que afirmaram ter vínculo trabalhista e atuar na área contábil, que informassem o tempo de experiência que possuem na mesma, a fim de verificar se esta pode influenciar na sua percepção com relação aos conceitos da RSC, às práticas organizacionais de RSC e principalmente, sobre a ligação da contabilidade com a RSC. Conforme demonstrado no Gráfico 4, pode-se observar que a maior parte (32%) dos atuantes na área contábil possuem até 12 meses de experiência, seguidos dos alunos que atuam na área contábil de 12 a 24 meses, representando 26% do total de respondentes. Vale ressaltar que 10% dos alunos que afirmaram atuar na área contábil, não informaram quanto tempo possuem de experiência.



**Gráfico 4. Tempo de experiência na área contábil.**  
**Fonte: Elaborada pela autora.**

Procurou-se identificar também a posição socioeconômica dos alunos, a fim de identificar se esta característica tem influência no conhecimento prévio do aluno

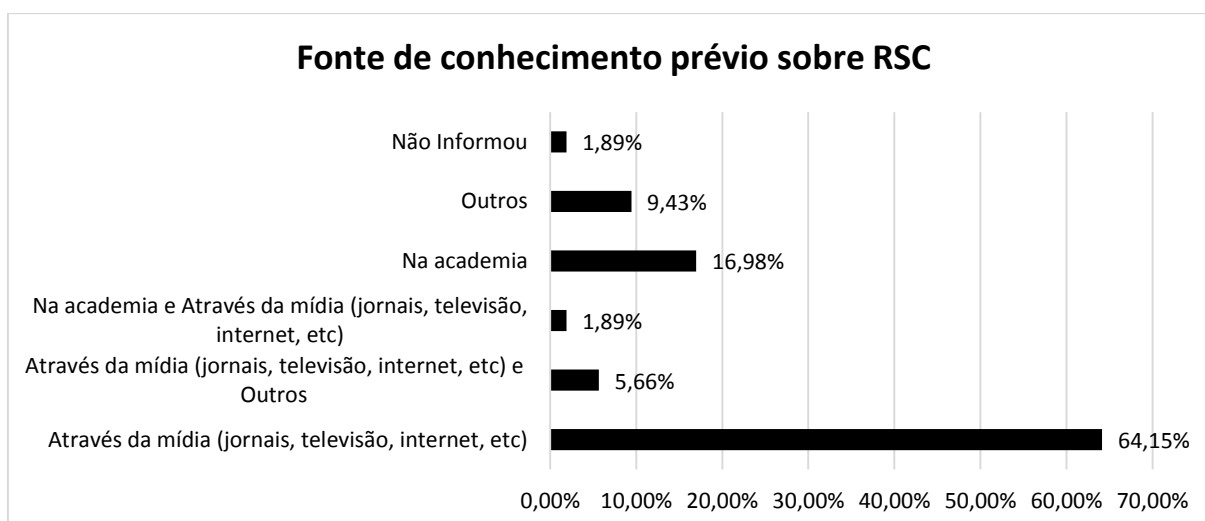
sobre a RSC. Como pode ser verificado no Gráfico 5, a maior parte dos respondentes possuem renda total familiar de 1,5 a 4,5 salários mínimos mensais, representando 52,61% do total.



**Gráfico 5. Renda familiar mensal.**

Fonte: Elaborada pela autora.

Foi solicitado aos alunos, que informassem se possuíam conhecimento prévio sobre RSC, e observou-se que do total de respondentes, a maior parte (80,22%) afirmaram nunca terem tido contato com o tema. A informação da fonte de conhecimento prévio dos alunos que informaram já o possuir, também foi solicitada aos respondentes e o Gráfico 6, apresenta os resultados obtidos.



**Gráfico 6. Fonte de conhecimento prévio sobre RSC.**

Fonte: Elaborada pela autora.

Através do Gráfico 6, é possível observar que dos 19,78% que disseram possuir, 64,15% o adquiriram através da mídia (jornais, televisão, internet, etc) e

16,98% na academia. O fato de a maioria dos alunos afirmar ter tido contato com o assunto RSC na mídia, leva-se a concluir que o tema é consideravelmente comentado na mesma, demonstrando assim sua importância.

Ressalta-se que alguns dos respondentes (5,66%) informaram ter adquirido seu conhecimento prévio sobre RSC através da mídia e também através de outras fontes, tais como o local de trabalho e cursos profissionalizantes, dentre outras que não foram informadas pelos discentes.

#### 4.2 ANÁLISE DAS PROPOSIÇÕES APRESENTADAS AOS ALUNOS

Antes de realizar a análise dos resultados de forma segregada (assunto do próximo tópico), faz-se necessária a análise das proposições apresentadas aos alunos através do instrumento de pesquisa, identificando as percepções sobre os conceitos de RSC, as práticas empresariais acerca da responsabilidade social e a relação da contabilidade com a RSC, tudo isso com base na literatura pesquisada. Para isso, apresenta-se no Quadro 5 a fundamentação de cada proposição e conseqüentemente, o grau de concordância que se espera de cada uma delas.

<b>Fundamentação das Proposições</b>
<p>P1. Empresa socialmente responsável é aquela que cumpre em dia suas obrigações com empregados, fornecedores, Estado (impostos) e outros possíveis agentes com os quais se relaciona.</p> <p><b>Fundamentação:</b> Segundo o Instituto Ethos (2013), Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona</p> <p><b>Comentário:</b> Neste sentido, entende-se que para se ter uma relação ética e transparente com os agentes, a empresa precisa também cumprir em dia suas obrigações.</p>
<p>P2. Responsabilidade social corporativa está relacionada a uma política adequada de remuneração, saúde, segurança e educação da empresa para com os seus empregados.</p> <p><b>Fundamentação:</b> Segundo Lourenço e Schroder (2003), uma empresa socialmente responsável, deve alinhar seus objetivos e metas aos interesses dos funcionários, investindo em desenvolvimento pessoal e individual de seus empregados, na melhoria de suas condições de trabalho, no relacionamento interno e no incentivo a participação dos empregados nas atividades da empresa, respeitando a cultura, as crenças, a religião e os valores de cada um, criando assim, um ambiente de trabalho saudável, resultando em maior produtividade, comprometimento e motivação.</p> <p><b>Comentário:</b> Neste sentido, pode-se perceber que ter uma política adequada de remuneração, saúde, segurança e educação para com seus funcionários, um dos agentes que contribui para a sua riqueza, é uma das características de uma organização socialmente responsável.</p>

<b>Fundamentação das Proposições</b>
<p>P3. As práticas de responsabilidade social são estratégias de marketing para fortalecer a imagem da empresa perante o mercado.</p> <p><b>Fundamentação:</b> Segundo Passos (2004), as empresas socialmente responsáveis, adotam tal característica para si, e praticam suas responsabilidades constantemente, sendo assim, as empresas que em determinado momento agem com responsabilidade social e em outro não, não podem se considerar socialmente responsáveis. Concorda com Passos, Bertencello e Chang Júnior (2007, p. 6) ao dizer que a RSC “não se trata de um modismo ou prática de marketing, mas uma conscientização importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo”.</p> <p><b>Comentário:</b> Assim sendo, a afirmação de que as práticas socialmente responsáveis estão atreladas à estratégias de marketing não pode ser considerada correta.</p>
<p>P4. Além da geração de lucro para os sócios/acionistas, as empresas devem se preocupar com a qualidade dos produtos, com a satisfação dos consumidores e com o impacto de suas atividades na comunidade onde atua.</p> <p><b>Fundamentação:</b> Segundo o Instituto Ethos (2013), Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.</p> <p><b>Comentário:</b> Diante do exposto, a proposição apresentada é considerada correta.</p>
<p>P5. As empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente.</p> <p><b>Fundamentação:</b> Segundo o Instituto Ethos (2013), Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, <u>preservando recursos ambientais</u> e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.</p> <p><b>Comentário:</b> Diante do exposto, a proposição apresentada é considerada correta.</p>
<p>P6. Da mesma forma que o Estado, as empresas devem investir em áreas de interesse público, como: educação, saúde, cultura e questões sociais em geral.</p> <p><b>Fundamentação:</b> Além da definição de RSC segundo o Instituto Ethos (2013) já apresentada na fundamentação da proposição cinco, as empresas possuem, segundo Calderón et al. (2011, p. 04), “papel construtivo e transformador de seu entorno social, preenchendo espaços e lacunas deixados pelo poder público”.</p> <p><b>Comentário:</b> Diante do exposto, a proposição apresentada é considerada correta.</p>
<p>P7. As empresas realizam investimentos na área social/ambiental apenas para obter aceitação (legitimidade) no meio em que estão inseridas.</p> <p><b>Fundamentação:</b> Passos (2004, p. 166) “a responsabilidade social pressupõe consciência e compromisso das empresas com mudanças sociais. Impõe que elas reconheçam sua obrigação [...] com a construção de uma sociedade mais justa, honesta e solidária, uma sociedade melhor para todos”.</p> <p><b>Comentário:</b> Diante do exposto, entende-se que a aceitação da empresa no meio em que estão inseridas é uma consequência de suas práticas socialmente responsáveis, e não ao contrário.</p>
<p>P8. As empresas que investem na área social/ambiental praticam tal ação com outros interesses que não o de contribuir de fato com a melhoria da qualidade de vida da coletividade.</p> <p><b>Fundamentação:</b> Passos (2004, p. 166) “a responsabilidade social pressupõe consciência e compromisso das empresas com mudanças sociais. Impõe que elas reconheçam sua obrigação [...] com a construção de uma sociedade mais justa, honesta e solidária, uma sociedade melhor para todos”.</p> <p><b>Comentário:</b> Empresas que investem na área socioambiental sem a consciência de que é sua obrigação, fazendo isso com interesses contrários à contribuição de fato com a qualidade de vida coletiva, não podem ser consideradas socialmente responsáveis.</p>

### Fundamentação das Proposições

P9. A responsabilidade social das empresas se limita à geração de lucro para os sócios/acionistas e à contribuição para o crescimento econômico do país.

**Fundamentação:** Ramalho (2011), apresentou em seu estudo, a visão de Levitt (1958) e Friedman (1970) que concordavam com a proposição de que ao gerar lucro para os sócios e acionistas, a empresa estaria contribuindo para o crescimento econômico do país e por sua vez, esta era a sua responsabilidade social, porém, os tempos mudaram e atualmente, segundo Braga et al. (2008), “a ideia de que o objetivo principal da empresa é apenas o lucro já se tornou obsoleta e injustificável. Atualmente, as empresas têm metas que vão além da lucratividade.

**Comentário:** Diante do exposto, a proposição de que a RSC limita-se a geração de lucros para os acionistas e ao crescimento econômico do país não pode ser considerada correta.

P10. As empresas, são visualizadas como grandes consumidoras de recursos, o que contribui para os problemas sociais e ambientais existentes, porém, isso não influencia os consumidores na hora da aquisição de um bem ou serviço das organizações.

**Fundamentação:** Segundo Vanzo e Souza (2008), o uso dos recursos naturais pelas empresas, vem sendo preocupante, despertando a atenção das autoridades políticas, intelectuais e científicas. Lourenço e Schroder (2003), afirmam que os consumidores também estão atentos e cobram das corporações práticas de sustentabilidade, como forma de mitigar os impactos causados pelas atividades organizacionais ao meio em que se concentram.

**Comentário:** Diante da fundamentação apresentada para a proposição, observa-se que os consumidores percebem os impactos causados à sociedade pelas atividades empresariais e que levam isso em consideração na hora de escolher seus fornecedores de bens e serviços.

P11. As práticas de RSC, é uma conscientização importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo.

**Fundamentação:** Para Bertoncello e Chang Júnior (2007, p. 6) a RSC “não se trata de um modismo ou prática de marketing, mas uma conscientização importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo”. Corroborando com esse pensamento, Passos (2004), enfatiza que as empresas socialmente responsáveis, adotam tal característica para si, e praticam suas responsabilidades constantemente, sendo assim, as empresas que em determinado momento agem com responsabilidade social e em outro não, não podem se considerar socialmente responsáveis.

**Comentário:** Diante do exposto, a proposição está correta.

P12. As empresas que se preocupam com os agentes internos e externos à organização, possuem melhor posição que suas concorrentes e ganham a preferência dos consumidores.

**Fundamentação:** Nos seus estudos, Lourenço e Schroder (2003), afirmaram que as empresas que se preocupam com os agentes internos e externos à organização, possuem melhor posição que suas concorrentes e ganham a preferência dos consumidores.

**Comentário:** Diante do exposto, a proposição está correta.

P13. O profissional de contabilidade deve contribuir com a responsabilidade social das empresas incentivando práticas como a divulgação de relatórios sociais (Balanço Social) e a transparência nas demonstrações contábeis.

**Fundamentação:** Segundo Alberton, Carvalho e Crispim (2004, p. 03) “cabe ao Contador ser um agente pró-ativo em relação à responsabilidade socialambiental. [...] Deve agir como um agente social e de mudança, desde o seu desenvolvimento acadêmico até o profissional, interagindo com o meio ambiente de forma ativa e consciente.” Segundo o mesmo autor, em um país de tantas desigualdades, é dever do profissional da contabilidade fornecer alguma contribuição para a comunidade, e na sua visão, tal contribuição é realizada através da informação gerada por esses profissionais.

**Comentário:** Diante do exposto, a proposição está correta.

P14. Estão entre as atribuições do profissional de contabilidade, a divulgação de informações de cunho social e ambiental. Por este motivo, o contabilista tem o poder de influenciar a visão dos gestores organizacionais sobre o meio que envolve a empresa e de incentivar as práticas de RSC.

<b>Fundamentação das Proposições</b>
<p><b>Fundamentação:</b> O contador é quem divulga as informações das práticas empresariais formalmente (por meio das demonstrações contábeis), devendo fazer isso de forma clara e precisa, de modo que passe confiabilidade e segurança aos seus usuários (ALBERTON; CARVALHO; CRISPIM, 2004). Acredita-se que esses profissionais tem o poder de modificar a percepção das pessoas sobre o mundo das organizações e de transformá-lo (DIAS FILHO; MACHADO, 2004).</p> <p><b>Comentário:</b> Diante do exposto, a proposição está correta.</p>
<p>P15. A sociedade está cobrando cada vez mais práticas de responsabilidade social das empresas, e o contador deve acompanhar este novo contexto empresarial para desempenhar suas funções com qualidade.</p> <p><b>Fundamentação:</b> Ao se analisar a história da contabilidade, é possível perceber que ela acompanha a evolução da sociedade desde os tempos primórdios, e considerando o contexto atual vivenciado pelas organizações – o da necessidade de práticas socialmente responsáveis – observa-se a necessidade da profissão estar se adequando à nova realidade empresarial, para desenvolver suas funções com qualidade (VANZO; SOUZA, 2008).</p> <p><b>Comentário:</b> Diante do exposto, a proposição está correta.</p>

**Quadro 5. Fundamentação das proposições apresentadas aos alunos**

**Fonte:** Elaborado pela autora

Na Tabela 1, está a representação das proposições apresentadas aos alunos, a expectativa de respostas que esperava-se obter em cada uma delas e a informação da média de respostas que cada afirmativa apresentou.

**Tabela 1. Média e expectativa das respostas das proposições**

<b>Proposição</b>	<b>Expectativa de Resposta</b>	<b>Média das respostas</b>
P1. Empresa socialmente responsável é aquela que cumpre em dia suas obrigações com empregados, fornecedores, Estado (impostos) e outros possíveis agentes com os quais se relaciona.	Concordassem	8,50
P2. Responsabilidade social corporativa está relacionada a uma política adequada de remuneração, saúde, segurança e educação da empresa para com os seus empregados.	Concordassem	8,32
P3. As práticas de responsabilidade social são estratégias de marketing para fortalecer a imagem da empresa perante o mercado.	Discordassem	6,59
P4. Além da geração de lucro para os sócios/acionistas, as empresas devem se preocupar com a qualidade dos produtos, com a satisfação dos consumidores e com o impacto de suas atividades na comunidade onde atua.	Concordassem	8,87
P5. As empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente.	Concordassem	8,88
P6. Da mesma forma que o Estado, as empresas devem investir em áreas de interesse público, como: educação, saúde, cultura e questões sociais em geral.	Concordassem	7,68
P7. As empresas realizam investimentos na área social/ambiental apenas para obter aceitação (legitimidade) no meio em que estão inseridas.	Discordassem	6,85
P8. As empresas que investem na área social/ambiental praticam tal ação com outros interesses que não o de contribuir de fato com a melhoria da qualidade de vida da coletividade.	Discordassem	6,64
P9. A responsabilidade social das empresas se limita à geração de lucro para os sócios/acionistas e à contribuição para o crescimento econômico do país.	Discordassem	5,94
P10. As empresas, são visualizadas como grandes consumidoras de recursos, o que contribui para os problemas sociais e ambientais existentes, porém, isso não influencia os consumidores na hora da aquisição de um bem ou serviço das organizações.	Discordassem	6,55
P11. As práticas de RSC é uma conscientização importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo.	Concordassem	8,13
P12. As empresas que se preocupam com os agentes internos e externos à organização, possuem melhor posição que suas concorrentes e ganham a preferência dos consumidores.	Concordassem	8,12
P13. O profissional de contabilidade deve contribuir com a responsabilidade social das empresas incentivando práticas como a divulgação de relatórios sociais (Balanço Social) e a transparência nas demonstrações contábeis.	Concordassem	8,74
P14. Estão entre as atribuições do profissional de contabilidade, a divulgação de informações de cunho social e ambiental. Por este motivo, o contabilista tem o poder de influenciar a visão dos gestores organizacionais sobre o meio que envolve a empresa e de incentivar as práticas de RSC.	Concordassem	8,21
P15. A sociedade está cobrando cada vez mais práticas de responsabilidade social das empresas, e o contador deve acompanhar este novo contexto empresarial para desempenhar suas funções com qualidade.	Concordassem	8,64

**Fonte: Elaborada pela autora**

Através da Tabela 1, observa-se que em todas as proposições onde se esperava obter como resposta a concordância dos respondentes, a média das mesmas foi superior a 7,5, demonstrando que os alunos atenderam, em sua maioria, a expectativa de resultado da proposição. Porém, nas afirmativas em que se esperava a discordância dos alunos, todas as médias foram superiores a 5,0, representando que a maior parte dos alunos possuem percepção equivocada sobre as mesmas. No próximo tópico, as respostas das proposições serão analisadas mais detalhadamente, o que permitirá ter-se um conhecimento mais aprofundado sobre a percepção dos alunos em cada uma das proposições apresentadas.

### 4.3 SEGREGAÇÃO DOS RESULTADOS

Na sequência, neste tópico os resultados serão analisados de forma segregada, a fim de identificar a importância de cada característica do perfil amostra na percepção das questões e proposições apresentadas, realizando o cruzamento das informações entre estas.

#### 4.3.1 Análise do Conhecimento Prévio Sobre RSC

Para a identificação dos motivos pelos quais somente 19,78% dos alunos possuem conhecimento prévio sobre RSC contra 80,22% dos respondentes que não possuem, procurou-se identificar quais são as características destes alunos que pertencem ao grupo dos que possuem conhecimento sobre RSC, a fim de conhecer em que ambientes este importante tema vem sendo mais presente. Com este objetivo, foi realizada a análise de forma segregada, iniciando com a observação da frequência de respostas do conhecimento prévio sobre o tema RSC, considerando a IES dos respondentes, o período do curso, se possui outra graduação e sua área de atuação profissional. Nos próximos subtópicos, serão apresentados os resultados de cada análise.



#### 4.3.1.1 Análise do conhecimento prévio sobre RSC segundo as IES que o respondente estuda

A análise do conhecimento prévio sobre RSC, inicia-se com a observação da frequência de respostas, considerando a IES que o respondente estuda, a fim de identificar se esta tem influência ou não sobre o conhecimento do aluno com referência a RSC. A Tabela 2 apresenta os resultados.

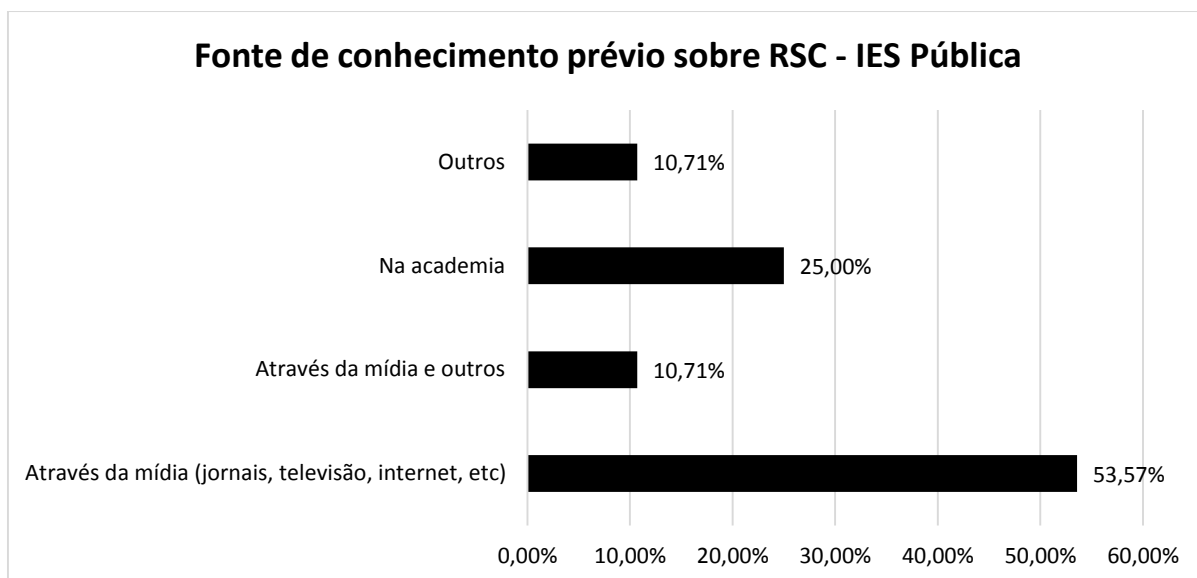
**Tabela 2. Análise do conhecimento prévio sobre RSC por IES**

IES Privada			IES Pública		
Possuía	Não possuía	Total	Possuía	Não possuía	Total
15,24%	84,76%	100%	26,92%	73,08%	100%

Fonte: Elaborada pela autora

Ao se observar a Tabela 2, é possível identificar que na IES pública, houve um número maior de estudantes que afirmaram ter conhecimento prévio sobre RSC (26,92%) do que na IES privada (15,24%), porém nas duas IES, o número de alunos que informaram não possuir nenhum conhecimento prévio sobre a RSC é relativamente alto, ultrapassando 70% dos respondentes nos dois casos. Destaca-se neste sentido, que dos 19,78% de alunos que afirmaram possuir conhecimento sobre RSC, 52,83% pertencem a IES pública e 47,17% a IES privada.

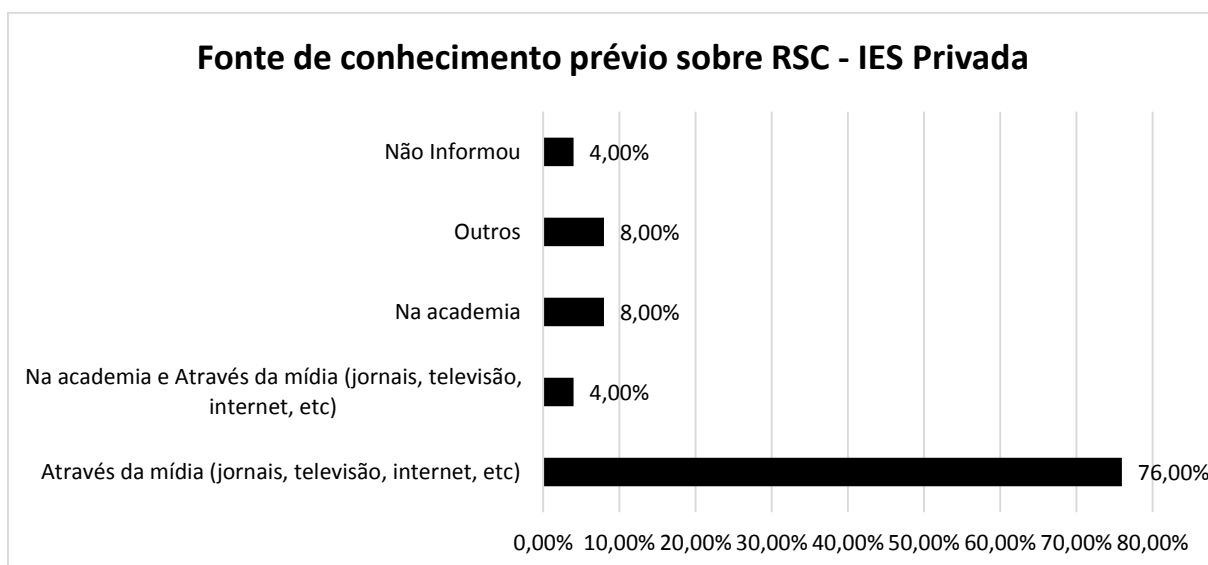
Para levantar-se hipóteses sobre os motivos de o maior número de alunos que conhecem sobre RSC pertencerem a IES pública, faz-se necessário conhecer aonde estes alunos adquiriram esse conhecimento. O Gráfico 7, apresenta as respostas dos alunos da IES pública.



**Gráfico 7. Fonte de conhecimento prévio sobre RSC – IES Pública.**  
**Fonte: Elaborada pela autora**

Pode-se perceber, que a maior parte dos alunos da IES pública que afirmaram possuir conhecimento prévio sobre RSC, informaram tê-lo adquirido através da mídia (53,57%), e do total, 25% dos alunos afirmaram tê-lo adquirido na academia.

A informação da fonte de conhecimento prévio sobre a RSC da IES privada também se faz necessária, e para isso, o Gráfico 8 apresenta as respostas dos alunos.



**Gráfico 8. Fonte de conhecimento prévio sobre RSC – IES Privada.**  
**Fonte: Elaborada pela autora**

Observa-se que assim como na IES privada, a maior parte dos alunos informaram ter adquirido conhecimento prévio sobre RSC através da mídia (76%), e do total, apenas 8% dos alunos afirmaram tê-lo adquirido na academia.

Ao analisar-se a Tabela 02, em conjunto com os Gráficos 7 e 8, pode-se observar que apesar de haver um maior número de alunos da IES pública que afirmaram possuir conhecimento prévio sobre RSC do que na IES privada, não se pode dizer que esse conhecimento é influenciado pela IES onde o aluno estuda, pois em ambas, o conhecimento adquirido pelos alunos em sua maioria, foi através da mídia e não através da IES.

#### 4.3.1.2 Análise do conhecimento prévio sobre RSC segundo o período do curso do respondente

Paralelamente à análise do conhecimento prévio sobre RSC por IES, foi realizada a análise do conhecimento prévio por período do curso em que os respondentes estavam frequentando no momento da aplicação do questionário. Como já apresentado, os alunos foram divididos em dois grupos, os que pertencem aos anos iniciais do curso (1º e 2º ano/1º a 3º período) e os que pertencem aos anos finais (3º e 4º ano/5º a 7º período). Esta análise tem o intuito de identificar se existem diferenças entre os resultados dos dois grupos.

A Tabela 3 apresenta os resultados encontrados:

**Tabela 3. Conhecimento prévio sobre RSC por período do curso**

Anos Iniciais			Anos Finais		
Possuía	Não possuía	Total	Possuía	Não possuía	Total
13,46%	86,54%	100%	28,57%	71,43%	100%

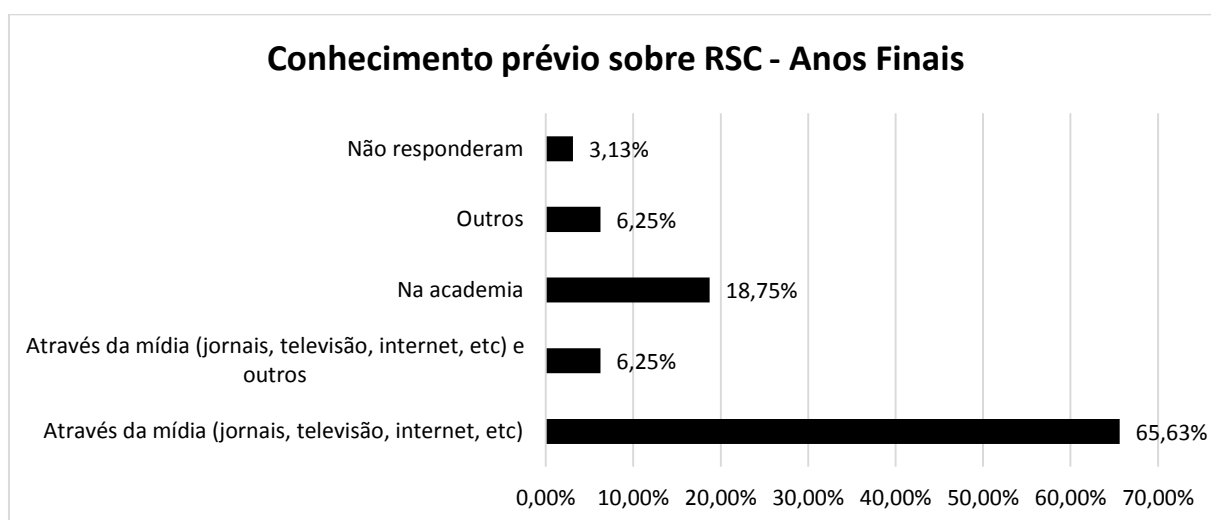
Fonte: Elaborada pela autora

Como pode ser observado através da Tabela 3, os alunos que estão cursando os anos finais do curso, apresentaram um maior percentual de conhecimento prévio sobre a RSC (28,57%) do que os que estão nos anos iniciais (13,46%), porém em ambos os períodos, o número de alunos que informaram não

possuir nenhum conhecimento prévio sobre a RSC é relativamente alto, ultrapassando 70% dos respondentes nos dois casos.

Dos 19,78% de alunos que informaram já conhecer sobre RSC, a maior parte deles (representando 60,38%) pertencem ao grupo de estudantes que estão cursando os anos finais do curso.

Os resultados apresentados, remete ao entendimento de que o assunto pode ter sido abordado nos anos finais do curso, porém para ter-se indicativos de que este entendimento tenha fundamento, faz-se necessário conhecer se estes alunos o adquiriram na academia. O Gráfico 9, nos apresenta os resultados obtidos nos anos finais do curso.

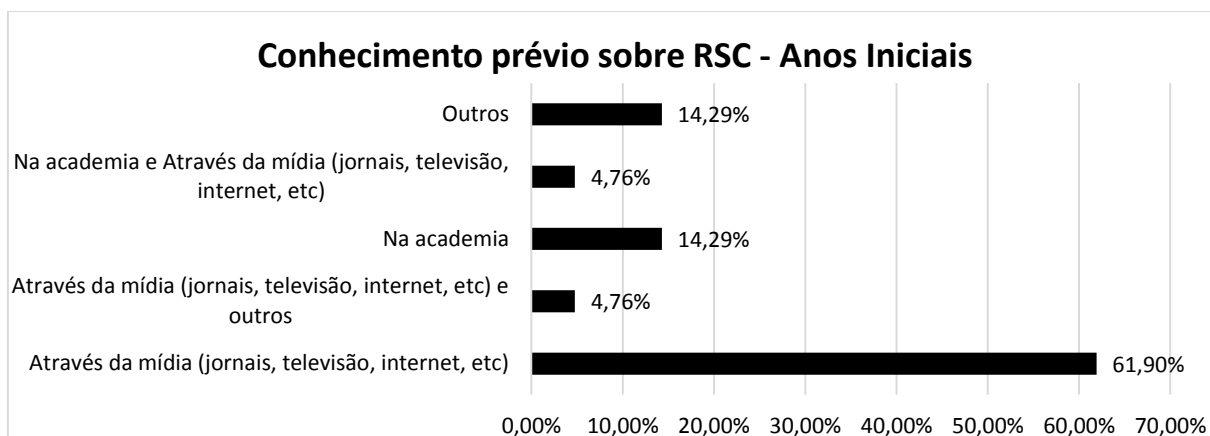


**Gráfico 9. Conhecimento prévio sobre RSC segundo os anos finais do curso.**

Fonte: Elaborada pela autora

Observa-se que a maior parte dos respondentes pertencentes aos anos finais do curso, que informaram possuir conhecimento prévio sobre RSC, o adquiriram através da mídia (65,63%), e do total, apenas 18,75% informaram tê-lo adquirido na academia.

O Gráfico 10, apresenta os resultados obtidos nos anos iniciais do curso.



**Gráfico 10. Conhecimento prévio sobre RSC segundo os anos iniciais do curso.**

**Fonte: Elaborada pela autora**

Através do Gráfico 10, pode-se notar que assim como nos anos finais, o maior número de alunos informou ter adquirido conhecimento sobre RSC através da mídia (61,90%) e apenas 14,29% afirmaram tê-lo adquirido na academia, seguindo de 4,76% que afirmaram ter adquirido na academia em conjunto com a mídia.

Com a realização da análise dos dados obtidos entre a Tabela 3 e os Gráficos 9 e 10, observa-se que em ambos os períodos do curso, a maior parte dos alunos informaram ter tido contato com a RSC fora da academia, não sustentando a hipótese de que o assunto pode ter sido abordado nos anos finais do curso. Os alunos que alegaram ter adquirido conhecimento sobre RSC através da academia, podem tê-lo adquirido em outra graduação ou ambiente da IES que não seja a sala de aula do curso de Ciências Contábeis propriamente dita, pois sabe-se que a troca de informações e conhecimento não ocorre somente em sala de aula.

#### 4.3.1.3 Análise do conhecimento prévio sobre RSC segundo a graduação do respondente

Neste subtópico, será analisado o conhecimento prévio dos alunos sobre RSC segundo a característica dos que possuem ou não outra graduação, com o intuito de observar se o conhecimento prévio dos alunos pode ter sido adquirido em graduações anteriores ao curso de Ciências Contábeis.

Os resultados da análise, informaram que a maior parte dos alunos que afirmaram já conhecer sobre RSC (19,78% do total de respondentes), pertencem ao grupo de alunos que não possuem outra graduação, representando 81,13% do total.

A Tabela 4, faz a distribuição dos alunos que possuem conhecimento sobre RSC, considerando o número total de alunos (24 que possuem outra graduação e 244 que não possuem), e não somente o número de alunos que informaram ter conhecimento sobre RSC (53 de 268 respondentes) conforme já mencionado no parágrafo anterior, a fim de identificar qual grupo apresenta melhor resultado.

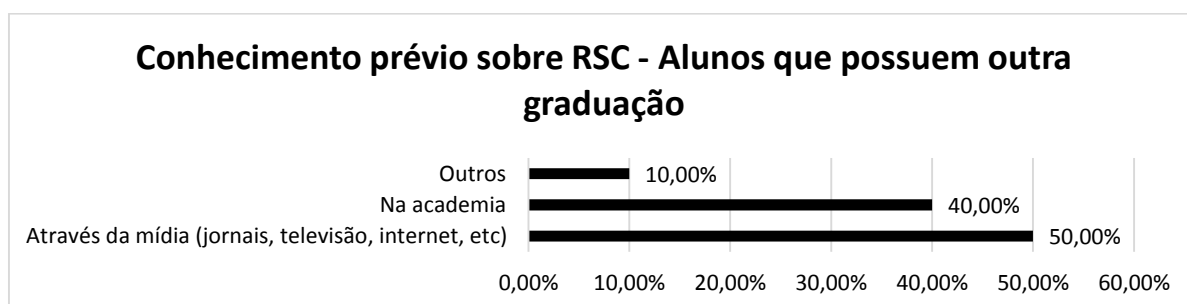
**Tabela 4. Conhecimento prévio sobre RSC segundo os possuir ou não outra graduação**

Possuem outra graduação			Não possuem outra graduação		
Possuía	Não possuía	Total	Possuía	Não possuía	Total
41,67%	58,33%	100%	17,62%	82,38%	100%

Fonte: Elaborada pela autora

Através da Tabela 4, pode-se observar que quase a metade dos alunos que informaram já ter concluído outra graduação, possuíam conhecimento prévio sobre RSC (41,67%) e dos que não possuíam outra graduação, mais de 80% dos alunos informaram não ter tido contato com o assunto até a aplicação do questionário. Estes dados, remetem ao entendimento de que a RSC está mais presente nos outros cursos já concluídos pelos alunos, do que no curso de Ciências Contábeis, porém, será realizada uma análise para identificar aonde estes alunos que já possuíam conhecimento sobre RSC, o adquiriram.

O Gráfico 11 nos apresenta a fonte de conhecimento sobre RSC dos alunos que possuem outra graduação.

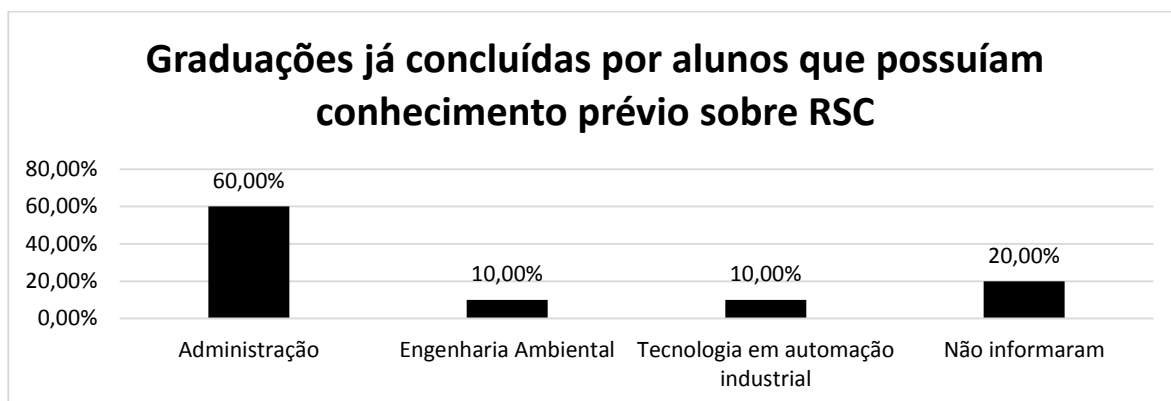


**Gráfico 11. Conhecimento prévio sobre RSC segundo os alunos que possuem outra graduação.**

Fonte: Elaborada pela autora

Através do Gráfico 11, é possível observar que 40% dos alunos que informaram ter concluído outra graduação e possuir conhecimento prévio sobre RSC, o adquiriram na academia, sustentando o entendimento de que o tema RSC está mais presente em outros cursos do que no de Ciências Contábeis.

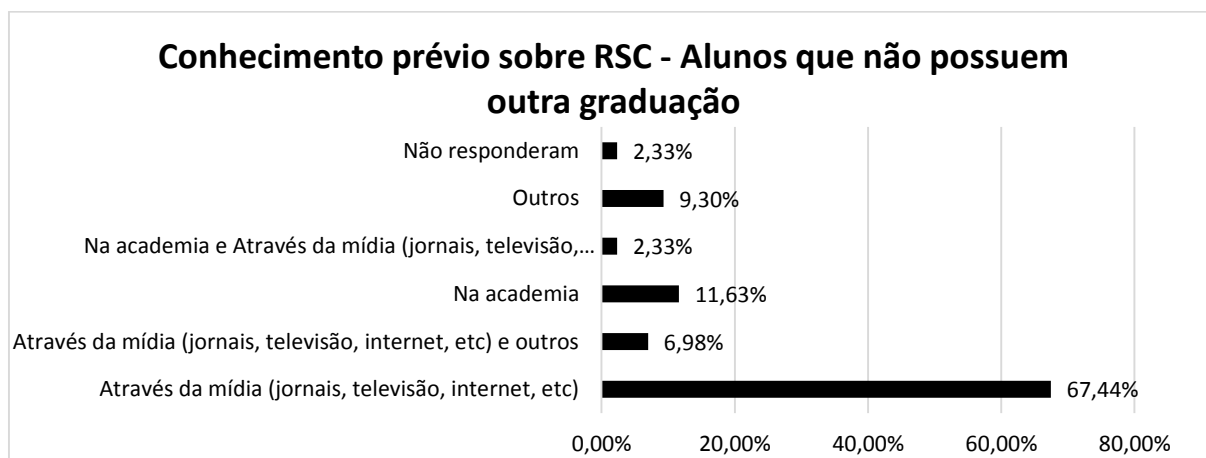
O Gráfico 12 demonstra quais são os cursos concluídos pelos respondentes que informaram possuir conhecimento sobre RSC.



**Gráfico 12. Graduações concluídas por alunos que conheciam sobre RSC.**  
Fonte: Elaborada pela autora

Observando o Gráfico 12, percebe-se que 60% dos alunos que conheciam sobre RSC e possuíam outra graduação, cursaram administração de empresas e este, pode ter sido um dos motivos pelos quais eles conheciam sobre o assunto.

Analisar a fonte de conhecimento sobre RSC dos alunos que não possuem outra graduação também é relevante. O Gráfico 13, apresenta os resultados obtidos.



**Gráfico 13. Conhecimento prévio sobre RSC pelos alunos que não possuem outra graduação.**  
Fonte: Elaborada pela autora

Conforme pode ser observado no Gráfico 13, 67,44% dos alunos adquiriram conhecimento sobre RSC através da mídia, e apenas 11,63% informaram tê-lo adquirido através da academia.

Percebe-se que o percentual de alunos que adquiriram conhecimento sobre RSC na academia é relativamente baixo, no entanto, este resultado pode estar relacionado ao fato de que os alunos têm a possibilidade de adquirir conhecimento em outros ambientes da IES, que não seja a sala de aula, pois entende-se que se o assunto tivesse sido abordado no curso de Ciências Contábeis, o percentual de alunos que informaram não ter conhecimento sobre RSC, seria menor.

#### 4.3.1.4 Análise do conhecimento prévio sobre RSC segundo vínculo trabalhista e área de atuação profissional

Analisar a distribuição dos alunos que informaram possuir conhecimento prévio sobre RSC, de acordo com os grupos de vínculo com o mercado de trabalho, é importante para conhecer se esta característica, influenciou no conhecimento que o aluno possuía sobre RSC antes da aplicação do questionário.

Os resultados da análise informaram, que dos 19,78% de respondentes que informaram já possuir conhecimento sobre o tema RSC, 90,57% do seu total estão representados por alunos que possuem vínculo com o mercado do trabalho, levando ao pensamento de que este meio pode ter ajudado o aluno a adquirir conhecimento sobre o assunto.

Foi analisado também, o percentual de alunos que conheciam sobre RSC nos dois grupos de vínculo trabalhista, considerando o número total de alunos (215 que possuem vínculo e 53 que não possuem), a fim de identificar qual dos grupos apresenta melhores resultados.

A Tabela 5, apresenta o percentual de alunos que possuem vínculo com o mercado de trabalho.

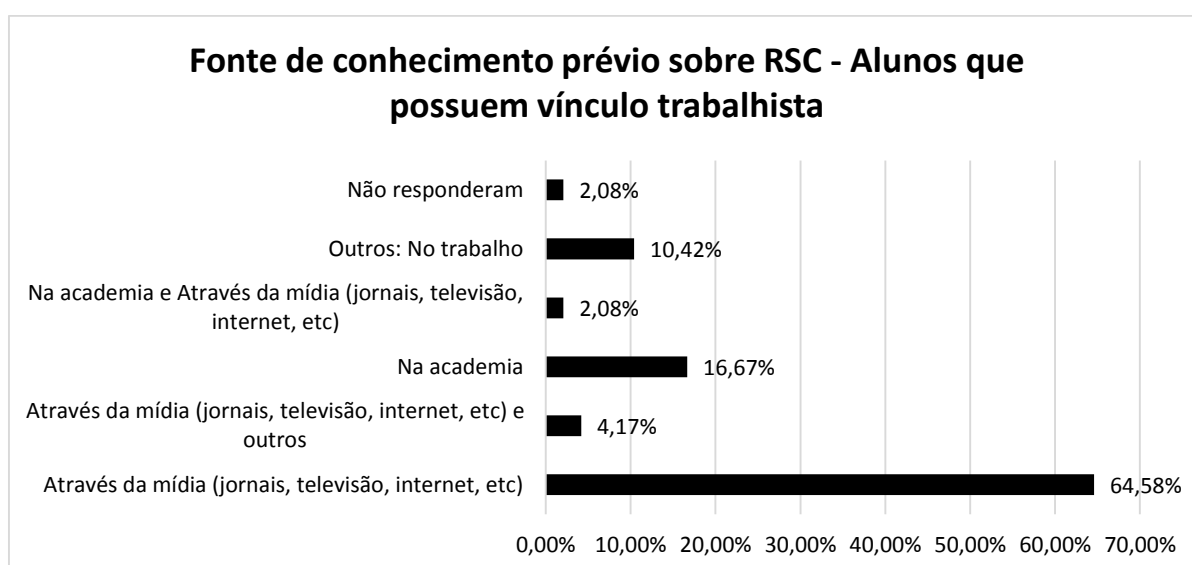


**Tabela 5. Conhecimento sobre RSC segundo ao vínculo trabalhista**

Possuem vínculo trabalhista			Não possuem vínculo trabalhista		
Possuía	Não possuía	Total	Possuía	Não possuía	Total
22,33%	77,67%	100%	9,43%	90,57%	100%

Fonte: Elaborada pela autora

Por meio da Tabela 5, é possível observar que o número de alunos que conheciam sobre RSC antes da aplicação do questionário, é maior no grupo dos alunos que possuem vínculo empregatício (22,33%), do que no grupo de alunos que não possuem vínculo (9,43%). Sabe-se que o mercado de trabalho é marcado pela troca de experiências, de informações e conhecimentos entre pessoas, e o fato de os alunos que possuem vínculo com o mercado de trabalho possuir conhecimento prévio sobre RSC, pode ter ocorrido neste meio (ambiente de trabalho). Mas para saber se esta suposição tem base, é necessário ter a informação de onde os alunos que possuem vínculo trabalhista, adquiram conhecimento prévio sobre RSC. O Gráfico 14 apresenta estes resultados.



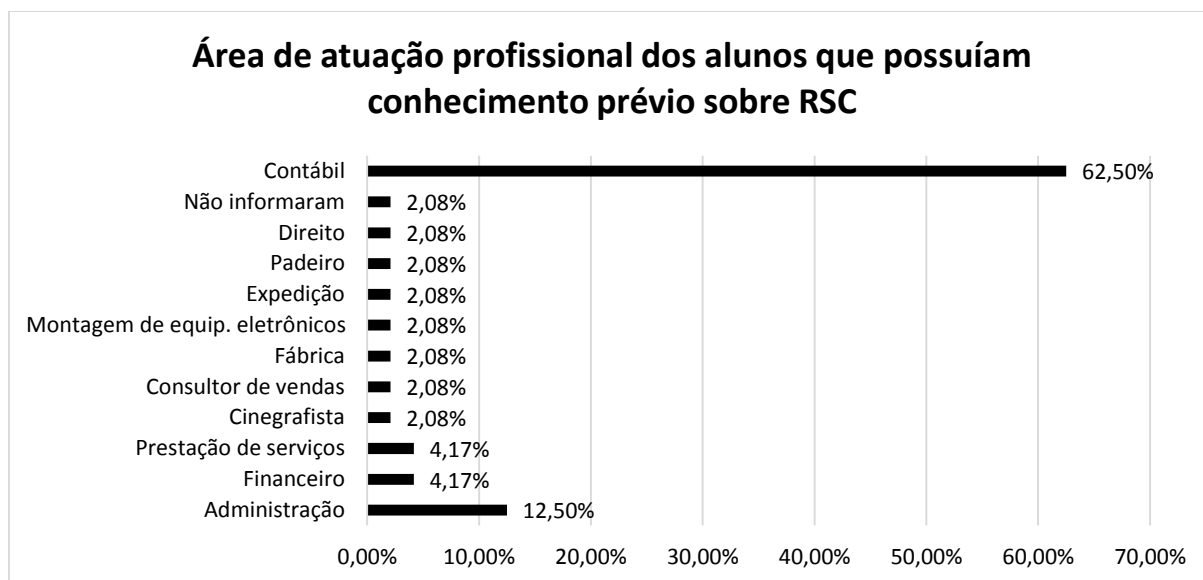
**Gráfico 14. Fonte de conhecimento prévio sobre RSC segundo os alunos que possuem vínculo trabalhista.**

Fonte: Elaborada pela autora

Através do Gráfico 14, é possível observar que 64,58% dos respondentes que possuem vínculo de trabalho, adquiriram conhecimento prévio sobre RSC por meio da mídia, seguido de 16,67% que adquiriram na academia e 10,42% que o adquiriram no local onde trabalham. Neste sentido, pode-se perceber que o mercado

de trabalho influenciou nos resultados sobre o conhecimento prévio dos alunos sobre a RSC.

O Gráfico 15, apresenta em que áreas atuam os profissionais que informaram possuir conhecimento prévio sobre o tema deste trabalho.



**Gráfico 15. Área de atuação profissional dos alunos que possuíam conhecimento prévio sobre RSC.**

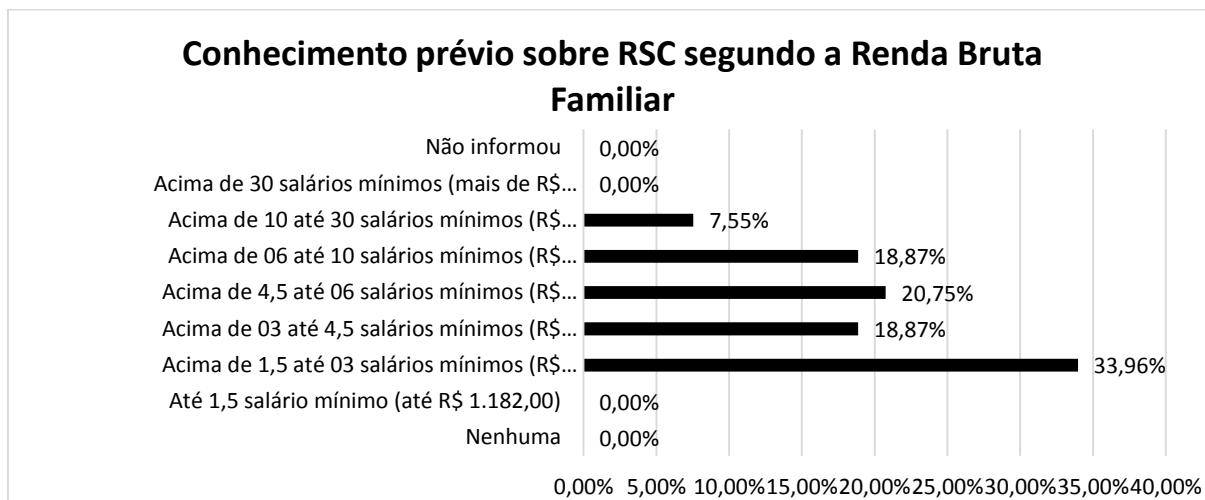
Fonte: Elaborada pela autora

Pelo Gráfico 15, é possível observar que a área de atuação profissional dos alunos quem declararam possuir conhecimento prévio sobre RSC em destaque é a contábil, com 62,50% do total de alunos, seguida da área administrativa com 12,50%, financeira e prestação de serviços na sequência. A área contábil se relaciona diretamente com as empresas, fato este que pode contribuir para o conhecimento prévio dos respondentes sobre RSC.

#### 4.3.1.5 Análise do conhecimento prévio sobre RSC segundo a posição socioeconômica do respondente

Analisar a distribuição dos alunos que afirmaram possuir conhecimento prévio sobre RSC de acordo com os grupos da posição socioeconômica dos respondentes, é relevante para identificar qual grupo apresentou o maior número de discentes que já conheciam sobre o assunto.

O Gráfico 16 apresenta esta distribuição.



**Gráfico 16. Conhecimento prévio sobre RSC segundo a renda bruta familiar.**

Fonte: Elaborada pela autora

O Gráfico 16 apresenta a informação de que a maior parte dos respondentes (33,96%), possuem renda familiar entre 1,5 até 03 salários mínimos, seguido dos que possuem renda entre 4,5 até 06 salários mínimos, com 20,75% do total, e dos que possuem renda entre 03 até 4,5 salários mínimos, juntamente com os que possuem renda de 06 até 10 salários mínimos, com 18,87% do total de alunos que afirmaram possuir conhecimento prévio sobre RSC.

#### 4.3.1.6 Análise das respostas descritivas sobre RSC

No questionário proposto aos discentes, foi-lhes solicitado que caso possuíssem conhecimento prévio sobre RSC, que descrevessem seu entendimento sobre o assunto, e dos 19,78% dos alunos que informaram o possuir, apenas 75% descreveram seu conhecimento sobre RSC adquirido antes da aplicação do questionário.

O Quadro 6 apresenta o entendimento dos alunos que descreveram sobre o tema.

Fonte	Descrição do Conhecimento sobre RSC
2	Entendia como responsabilidades que visavam antes de tudo o bem-estar da organização.
2	Dentro da corporação, todos tem a responsabilidade para que o ambiente permaneça em harmonia, seguindo todas as escalas de poder.
1	<u>Antes de vir para a academia não entendia nada sobre o assunto. Atualmente entendo como uma viagem que o empresário fornece aos seus empregados como forma de agradecimento pelos serviços prestados. Além da parte que visa o não desmatamento por exemplo, entre outros.</u>
3	<u>É responsável e busca manter a boa relação entre as pessoas e apresentar um bom ambiente de trabalho em ordem, atendendo as demandas.</u>
2 e 3	A RSC para mim se tratava de ações das organizações em prol de tudo e todos os envolvidos em seu processo de existência.
1	Acredito que a organização deve ter sua contribuição com a sociedade como um todo, tendo respeito e boas ações como meio ambiente e proporcionando motivação aos colaboradores pertencentes a organização.
2	Cada vez mais as empresas precisam e devem se preocupar com o meio que inseridas. A cobrança por esta responsabilidade social é muito cobrada e bem vista pelo mercado.
2 e 3	<u>Atenção com qualidade de produtos e serviços, investindo em áreas sociais locais.</u>
1	<u>A responsabilidade social corporativa são práticas adotadas pelas empresas para melhorar a convivência, o bem-estar e todos os fatores que participam da empresa.</u>
2	A organização vai além do objetivo de obter lucro, preocupando-se com o seu papel na sociedade. Ex. Google-empresa
2	É a empresa que se preocupa com um bem comum a todos da sociedade, preocupando-se com educação, meio ambiente, por exemplo.
1	Responsabilidade social da empresa perante aos seus colaboradores, comunidade e meio ambiente.
1	Necessidade da empresa colaborar com o desenvolvimento da comunidade, funcionários e ajudar na manutenção do meio ambiente.
1 e 2	Responsabilidade e cuidado para com as pessoas, com o ambiente e com o trabalho.
2	Era prática responsável
1	São os valores gerados pela organização, que contribuem diretamente na qualidade de vida de seus colaboradores, fornecedores, acionistas, clientes, etc.
1	São as ações, práticas da empresa que contribuem para o bem estar dos agentes envolvidos com a mesma.
1	Buscar definir objetivos a entidade no caso que estejam de acordo, que retornem positivamente para a sociedade tanto social como ambiental.
2	Sobre as atitudes que uma entidade adota a fim de buscar atingir seus objetivos e gerando retorno positivo para a sociedade, como ações de voluntariado e ambientais.
2	A situação social de uma empresa entre principalmente, os funcionários com patrões com como entre patrões e funcionários. Pode refletir no rendimento dos mesmos afetando certamente a riqueza gerada.
2	Responsabilidade relacionada a pessoas, meio ambiente em que a empresa atual está, etc.
2	É a conduta ética da empresa voltada para sociedade.
2	Ajudar a comunidade em que a empresa se insere. Conservar o meio ambiente.
2	São atividades que visam o bem-estar de todos os elementos envolvidos na sociedade.
3	Não entendia nada, antes de trabalhar com uma empresa que exige tais documentos para pagar nós. Se não estiver todos certos eles bloqueiam os pagamentos.
2	Somente o básico, por a mídia "esconder" de certa forma algumas coisas de RSC.
2	Práticas de empresas visando o bem estar da sociedade que a engloba.
2	Responsabilidade da empresa para com seus colaboradores e fora da empresa também, com o meio ambiente, separação do lixo, etc.
1	Eu entendo que a empresa não devia se preocupar apenas com ela, mas devia se preocupar com o ambiente onde está instalada.
2	<u>Responsabilidade corporativa por colaboradores.</u>
2	É a dedicação e a responsabilidade que a empresa tem perante a sociedade, as suas contribuições para o meio social e ambiental de forma geral.
2	Que as empresas estão cada vez mais buscando um conhecimento onde que tudo e todos que estejam em seu redor esteja bem.

Fonte	Descrição do Conhecimento sobre RSC
1 e 2	São práticas para melhorar a sociedade em conjunto e para um bem maior de todos.
2	A responsabilidade social corporativa, vem sendo presente em minha jornada profissional e pessoal desde o início da minha formação, aonde nas primeiras empresas quais participei de atividades afins visávamos desenvolver atividades pró comunidade, destinando um tempo específico a atender algumas necessidades da população com a intenção de melhorar a vida das pessoas.
2	Preocupação com ambiente, pessoas, desenvolvimento social em geral.
3	<u>Práticas empresariais e bem estar no ambiente de trabalho e responsabilidade.</u>
2	<u>A importância de adotar medidas corporativas com relação a responsabilidade que todos temos para com o meio ambiente.</u>
2	<u>Estratégias de marketing para fortalecer a imagem da empresa.</u>
2	<u>Traz melhoria para organização.</u>
2	<u>É a responsabilidade que as empresas tem gerando empregos e rendas no contexto onde está instalada.</u>
<i>Legendas da fonte de conhecimento prévio sobre RSC: (1) = Na academia; (2) = Através da Mídia (jornais, televisão, internet, etc.); (3) = Outros.</i>	

**Quadro 6. Descrição do conhecimento prévio sobre RSC feita pelos respondentes.**

**Fonte:** Elaborado pela autora.

Através do Quadro 6, pode-se perceber que alguns alunos apresentaram um entendimento correto sobre a RSC, porém, quase metade dos respondentes (16 alunos) que descreveram seu entendimento sobre o assunto, o apresentaram de forma incoerente ou incompleta. As descrições destacadas no quadro, são as que podem ser consideradas como totalmente incoerentes com o tema, e as que estão sublinhadas, referem-se as descrições que estão incompletas. Este resultado pode estar atrelado a falta de um estudo mais aprofundado sobre o tema, pois entende-se que se este tivesse ocorrido, certamente os resultados seriam mais satisfatórios.

#### 4.3.2 Análise das Proposições por Características dos Respondentes

A partir deste tópico, será realizada a análise da percepção dos alunos sobre as quinze proposições apresentadas no questionário, relacionando as mesmas com as características dos respondentes, a fim de identificar se estas estão influenciando a percepção do aluno com relação a cada proposição. Para atender os objetivos da análise, a escala de respostas no formato *Likert* de 10 níveis, foi dividida em dois grupos, onde o grupo (i) abrange os respondentes que discordam totalmente ou possuem um grau de concordância de 0% a 50% com a proposição apresentada; e o grupo (ii) abrange os respondentes que concordam de 50% a 100% com a proposição.

Será realizada também, a comparação de média entre os grupos de alunos no que se refere, ao conhecimento prévio sobre RSC, a IES em que o aluno estuda, o período do curso, a idade, o gênero, se possui outra graduação, se possui vínculo empregatício, e qual a área de atuação profissional do respondente. As diferenças de números absolutas das médias mais significativas entre os grupos em cada proposição, serão destacadas e analisadas de forma mais detalhada que as demais, e no próximo tópico, serão analisadas estatisticamente para comprovar se estas diferenças absolutas encontradas são válidas.

A Tabela 6 apresenta os resultados da Proposição 1:

Variável	Grupo	Proposição 1			Média da Proposição	Média total da Proposição
		De 0 a 5	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	11,32%	88,68%	100%	8,17	8,5
	Não Possuía	6,05%	93,95%	100%	8,58	
IES	IES Privada	6,71%	93,29%	100%	8,57	
	IES Pública	7,69%	92,31%	100%	8,38	
Período do Curso	Anos Iniciais	8,33%	91,67%	100%	8,37	
	Anos Finais	5,36%	94,64%	100%	8,67	
	De 17 a 19 anos	7,69%	92,31%	100%	8,40	
Idade	De 19 a 20 anos	11,43%	88,57%	100%	8,40	
	De 20 a 24 anos	2,78%	97,22%	100%	8,85	
	De 24 a 37 anos	8,77%	91,23%	100%	8,28	
Gênero	Feminino	6,08%	93,92%	100%	8,57	
	Masculino	8,33%	91,67%	100%	8,40	
Graduação	Possui	4,17%	95,83%	100%	8,58	
	Não Possui	7,38%	92,62%	100%	8,49	
Vínculo	Possui	6,05%	93,95%	100%	8,52	
Empregatício	Não Possui	11,32%	88,68%	100%	8,42	
Atuação profissional	Contábil	9,00%	91,00%	100%	8,49	
	Outras	3,48%	96,52%	100%	8,54	
% total da proposição		7,09%	92,91%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 01:** Empresa socialmente responsável é aquela que cumpre em dia suas obrigações com empregados, fornecedores, Estado (impostos) e outros possíveis agentes com os quais se relaciona.

De acordo com a fundamentação apresentada no Quadro 05, esperava-se obter como resultado nesta proposição a concordância dos respondentes.

Através da Tabela 6, é possível observar que a maior parte dos alunos apresentaram um alto grau de concordância com a proposição (92,91%), fazendo com que a mesma apresentasse uma média de 8,5, atendendo as expectativas de resultado. Dentre os alunos que possuem um nível de concordância de 0 a 50% com a proposição, a maior parte deles possuem idade entre 19 e 20 anos (11,43%), seguido dos que afirmaram possuir conhecimento prévio sobre RSC (11,32%), e por último, porém não menos importante, dos que informaram não possuir vínculo empregatício (11,32%).

O fato de os respondentes que discordam parcial ou totalmente com a proposição, afirmarem ter conhecimento sobre RSC, mas terem se enganado com o seu conceito, pode estar atrelado ao fato de que, apesar de a RSC ser um tema bem presente no nosso cotidiano, ela não possui um consenso sobre o seu significado, conforme enfatiza Filho e Rausch (2011), podendo fazer com que os alunos fiquem com dúvida ao concordar com a proposição apresentada.

A falta de contato com o mercado de trabalho, também pode contribuir para a percepção equivocada sobre o conceito de uma empresa socialmente responsável, pois neste meio ocorrem trocas de experiências e informações sobre diversas áreas, e quem está fora dele, acaba não tendo contato com elas. Um exemplo disso é a informação já apresentada, sobre o fato de que 90,57% dos alunos que informaram possuir conhecimento prévio sobre RSC, possuíam vínculo com o mercado de trabalho.

Fazendo uma comparação de média entre cada grupo de alunos, percebe-se que a que mais se destacou, foi a diferença de números entre os grupos de idade de 20 a 24 anos e de 24 a 37 anos (0,57), porém, os dois grupos apresentaram uma média satisfatória, já que demonstrou a concordância dos alunos acima de 84% com a proposição. Apesar da diferença apresentada, o resultado da comparação de médias, informa que os alunos dos diversos grupos, possuem percepções parecidas sobre a proposição apresentada.

A Tabela 7, apresenta os resultados da Proposição 02.

Tabela 7. Percepção da proposição 02 de acordo com a característica do respondente

Variável	Grupo	Proposição 2			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	3,77%	96,23%	100%	8,43	8,32
	Não Possuía	7,44%	92,56%	100%	8,29	
IES	IES Privada	7,32%	92,68%	100%	8,31	
	IES Pública	5,77%	94,23%	100%	8,33	
Período do Curso	Anos Iniciais	8,33%	91,67%	100%	8,25	
	Anos Finais	4,46%	95,54%	100%	8,41	
	De 17 a 19 anos	6,73%	93,27%	100%	8,35	
Idade	De 19 a 20 anos	5,71%	94,29%	100%	8,43	
	De 20 a 24 anos	2,78%	97,22%	100%	8,44	
	De 24 a 37 anos	12,28%	87,72%	100%	8,04	
Gênero	Feminino	4,05%	95,95%	100%	8,53	
	Masculino	10,00%	90,00%	100%	8,05	
Outra Graduação	Possui	0,00%	100,00%	100%	8,75	
	Não Possui	7,38%	92,62%	100%	8,27	
Vínculo empregatício	Possui	5,58%	94,42%	100%	8,35	
	Não Possui	11,32%	88,68%	100%	8,19	
Atuação Profissional	Contábil	6,00%	94,00%	100%	8,49	
	Outras	5,22%	94,78%	100%	8,23	
% total da proposição		6,72%	93,28%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 02:** Responsabilidade social corporativa está relacionada a uma política adequada de remuneração, saúde, segurança e educação da empresa para com os seus empregados.

Nota-se através da fundamentação apresentada no Quadro 05, a proposição está correta, esperando-se que os respondentes concordem com a mesma.

Por meio da Tabela 07, é possível observar que a maior parte dos alunos, com percentual de 93,28% do total, apresentaram um grau de concordância satisfatório com a proposição (de 50% a 100%), e por este motivo, a proposição apresentou uma média de 8,32, o que informa que grande parte dos alunos possui uma percepção correta sobre a proposição.

Dentre os alunos que não concordam com a proposição ou que concordam parcialmente, a maior parte deles possuem idade entre 24 e 37 anos (12,28%), seguido dos que informaram não possuir vínculo com o mercado de trabalho (11,32%), e por último, porém não menos importante, dos respondentes do gênero masculino (10,00%).

Analisando o fato de o percentual de discordantes pertencentes do grupo com idade máxima (de 24 a 37 anos) entre os respondentes ser o maior de todos os



grupos, leva-se ao entendimento de que a experiência trazida pela idade dos alunos, pode ter influenciado de forma negativa no seu entendimento sobre a RSC.

Assim como na Proposição 01, a falta de contato com o mercado de trabalho, também pode estar contribuindo para a percepção equivocada sobre o conceito de uma empresa socialmente responsável, devido ao aluno não estar participando das trocas de experiências e informações que ocorrem neste meio.

Na comparação de médias entre cada grupo de alunos, as diferenças de números que mais se destacaram foi nos grupos de alunos por gênero, e nos grupos de alunos por graduação, apresentando uma diferença de 0,48 nos dois casos.

Percebe-se que os respondentes do gênero feminino possuem uma melhor média do os respondentes do gênero masculino, assim como os alunos que informaram já possuir outra graduação, apresentaram um melhor resultado que os que não possuem, entretanto, todas as médias apresentadas são adequadas, e demonstram que os alunos concordam acima de 80% com a proposição.

Apesar das diferenças de números entre os grupos citados, aparentemente os alunos apresentam de forma geral, percepções similares sobre a proposição.

A Tabela 8, apresenta os resultados da Proposição 03.

		Proposição 3			Média da Proposição	Média total da proposição
Variável	Grupo	De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	22,64%	77,36%	100%	7,25	6,59
	Não Possuía	32,09%	67,91%	100%	6,43	
IES	IES Privada	29,27%	70,73%	100%	6,60	
	IES Pública	31,73%	68,27%	100%	6,58	
Período do Curso	Anos Iniciais	32,05%	67,95%	100%	6,47	
	Anos Finais	27,68%	72,32%	100%	6,76	
	De 17 a 19 anos	27,88%	72,12%	100%	6,88	
Idade	De 19 a 20 anos	34,29%	65,71%	100%	6,37	
	De 20 a 24 anos	33,33%	66,67%	100%	6,68	
	De 24 a 37 anos	28,07%	71,93%	100%	6,11	
Gênero	Feminino	31,08%	68,92%	100%	6,55	
	Masculino	29,17%	70,83%	100%	6,64	
Outra Graduação	Possui	12,50%	87,50%	100%	6,96	
	Não Possui	31,97%	68,03%	100%	6,56	
Vínculo empregatício	Possui	31,16%	68,84%	100%	6,60	
	Não Possui	26,42%	73,58%	100%	6,55	
Atuação Profissional	Contábil	32,00%	68,00%	100%	6,76	
	Outras	30,43%	69,57%	100%	6,47	
% total da proposição		30,22%	69,78%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 03:** As práticas de responsabilidade social são estratégias de marketing para fortalecer a imagem da empresa perante o mercado.

Ao observar-se a fundamentação apresentada no Quadro 05, é possível perceber que a proposição não está correta, e neste sentido, espera-se que os alunos não concordem com a mesma.

Na análise da Tabela 08, a maior parte dos alunos, representando 69,78% do total, concordam com a proposição, fato este que fez com que a mesma apresentasse uma média de 6,59, o que não pode ser considerado um resultado satisfatório, já que se esperava que esta média ficasse entre 0 e 5, demonstrando a não concordância total, ou parcial dos alunos com a proposição. Como pode ser observado na Tabela 08, alguns grupos se destacaram devido ao fato de apresentarem um percentual de concordância com a proposição (de 6 a 10) superior a 70%.

O grupo que apresentou um maior número de alunos equivocados em relação a finalidade das práticas de uma empresa socialmente responsável, foi o dos alunos que afirmaram já possuir conhecimento sobre RSC (77,36%), identificando que esse conhecimento, pode não ter sido suficiente para deixar claro os objetivos das práticas de uma empresa socialmente responsável.

Ao comparar-se os resultados entre cada grupo de estudantes, nota-se que as médias entre os grupos de alunos que possuíam conhecimento sobre RSC e os que não possuíam se diferenciam, variando 0,82 de uma para a outra. Considerando que quanto menor a média da proposição, menos se concorda com a mesma, e que a média dos alunos que já possuíam conhecimento sobre RSC é superior à média dos alunos que não possuíam, remete ao pensamento de que o conhecimento prévio sobre RSC pode ter confundido a percepção dos respondentes, fazendo com que os alunos que nunca haviam tido contato com o assunto obtivessem um melhor resultado, porém este também não pode ser considerado satisfatório, pois possui uma média superior a 5, demonstrando que os alunos do grupo concordam total ou parcialmente com a proposição, quando deveriam discordar da mesma.

Nos demais grupos, aparentemente não existem variações que possam ser consideradas significativas, indicando que os estudantes possuem percepções sobre a proposição, similares entre si.

A Tabela 9, apresenta os resultados da Proposição 04.

Tabela 9. Percepção da proposição 04 de acordo com a característica do respondente

Variável	Grupo	Proposição 4			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	3,77%	96,23%	100%	8,98	8,87
	Não Possuía	4,19%	95,81%	100%	8,84	
IES	IES Privada	1,83%	98,17%	100%	8,98	
	IES Pública	7,69%	92,31%	100%	8,68	
Período do Curso	Anos Iniciais	4,49%	95,51%	100%	8,74	
	Anos Finais	3,57%	96,43%	100%	9,04	
	De 17 a 19 anos	4,81%	95,19%	100%	8,81	
Idade	De 19 a 20 anos	0,00%	100,00%	100%	8,89	
	De 20 a 24 anos	2,78%	97,22%	100%	9,19	
	De 24 a 37 anos	7,02%	92,98%	100%	8,54	
Gênero	Feminino	3,38%	96,62%	100%	9,00	
	Masculino	5,00%	95,00%	100%	8,70	
Outra Graduação	Possui	0,00%	100,00%	100%	9,25	
	Não Possui	4,51%	95,49%	100%	8,83	
Vínculo empregatício	Possui	3,72%	96,28%	100%	8,87	
	Não Possui	5,66%	94,34%	100%	8,83	
Atuação Profissional	Contábil	6,00%	94,00%	100%	8,94	
	Outras	1,74%	98,26%	100%	8,82	
% total da proposição		4,10%	95,90%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 04:** Além da geração de lucro para os sócios/acionistas, as empresas devem se preocupar com a qualidade dos produtos, com a satisfação dos consumidores e com o impacto de suas atividades na comunidade onde atua.

Observando a fundamentação apresentada no Quadro 05, percebe-se que a proposição está correta, tendo como expectativa de resposta a concordância dos alunos.

Como pode ser observado na Tabela 9, a maior parte dos alunos (95,90%) demonstraram um nível de concordância considerável com a proposição, fazendo com que a mesma apresentasse uma média de 8,87, informando que grande parte dos alunos tem uma percepção correta sobre a proposição.

Os grupos que apresentaram um maior número de alunos equivocados em relação as preocupações que uma empresa socialmente responsável deve possuir, foi o dos que estudam na IES pública, apresentando um percentual de 7,69% do total, seguido dos alunos que possuem idade de 24 a 37 anos, com percentual de 7,02%, porém, de modo geral, os resultados obtidos podem ser considerados satisfatórios, já que a maioria dos alunos estão corretos em sua percepção sobre a proposição.

Fazendo uma comparação de média entre cada grupo de alunos, percebe-se que a diferença mais aparente de números, está no grupo de alunos que possuem idade entre 20 e 24 anos, com o grupo de alunos que possuem idade entre 24 a 34 anos, com diferença de 0,65 entre as médias. Porém, nos dois grupos a média apresentada pode ser considerada adequada, já que informa o bom entendimento dos alunos ao concordar acima de 85% com a proposição nos dois casos.

Nos demais grupos, a comparação de médias leva ao entendimento de que os respondentes possuem visões parecidas sobre a afirmativa apresentada, pois não existem diferenças significativas entre elas.

A Tabela 10, apresenta os resultados da Proposição 05.

Variável	Grupo	Proposição 5			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	1,89%	98,11%	100%	9,19	8,88
	Não Possuía	4,19%	95,81%	100%	8,80	
IES	IES Privada	2,44%	97,56%	100%	9,05	
	IES Pública	5,77%	94,23%	100%	8,60	
Período do Curso	Anos Iniciais	3,85%	96,15%	100%	8,87	
	Anos Finais	3,57%	96,43%	100%	8,88	
	De 17 a 19 anos	2,88%	97,12%	100%	8,96	
Idade	De 19 a 20 anos	2,86%	97,14%	100%	8,94	
	De 20 a 24 anos	4,17%	95,83%	100%	8,96	
	De 24 a 37 anos	5,26%	94,74%	100%	8,58	
Gênero	Feminino	0,00%	100,00%	100%	9,01	
	Masculino	8,33%	91,67%	100%	8,60	
Outra	Possui	0,00%	100,00%	100%	9,13	
Graduação	Não Possui	4,10%	95,90%	100%	8,85	
Vínculo empregatício	Possui	3,72%	96,28%	100%	8,87	
	Não Possui	3,77%	96,23%	100%	8,91	
Atuação Profissional	Contábil	7,00%	93,00%	100%	8,86	
	Outras	0,87%	99,13%	100%	8,88	
% total da proposição		3,73%	96,27%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 05:** As empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente.

A fundamentação apresentada no Quadro 05, demonstra que a proposição está correta, e neste sentido, esperava-se obter como resultado a concordância dos respondentes com a mesma.

Ao analisar a Tabela 10, percebe-se que a maior parte dos alunos, com um percentual de 96,27% do total, apresentaram um nível de concordância adequada com a proposição, onde a mesma obteve média de 8,88, informando que os respondentes possuem uma percepção correta sobre a proposição.

Os dois grupos que apresentaram um maior número de alunos equivocados em relação as práticas de uma empresa socialmente responsável, foi o dos alunos do gênero masculino, apresentando um percentual de 8,33% do total, seguido dos que trabalham na área contábil, com 7% do total de alunos que informaram possuir vínculo empregatício.

Os resultados obtidos informam que 100% das mulheres possuem percepção adequada sobre a proposição (de 5 a 10), possuindo assim, uma visão melhor do que os homens, que apresentaram um percentual de discordância de 8,33%, estando equivocados. Os alunos que informaram já ter cursado outra faculdade, também apresentaram em sua totalidade, uma percepção adequada sobre a proposição.

Apesar de o grupo de alunos que atuam profissionalmente na área contábil, ser o segundo grupo com maior número de alunos equivocados em sua percepção, observa-se que a média final dos alunos que trabalham na área contábil, e dos alunos que trabalham em profissionalmente em outras áreas, praticamente não se diferem, demonstrando que ambos os grupos apresentam uma visão parecida sobre a percepção.

Ao comparar-se as médias de cada grupo de alunos, percebeu-se que a diferença de números mais aparente, foi entre os alunos do gênero feminino e os alunos do gênero masculino, apresentando uma diferença de 0,50 entre elas. Os homens pertencem ao grupo, que teve o maior número de alunos equivocados em sua percepção sobre a proposição (como já comentado), porém, mesmo com essa informação, observa-se que os dois grupos apresentaram bons resultados, indicando o bom entendimento dos alunos dos dois gêneros sobre a afirmativa.

Nos demais grupos, aparentemente não existem variações que possam ser consideradas significativas para análise mais detalhada, informação esta, que leva ao entendimento de que características dos alunos, não influenciaram nas suas percepções sobre a proposição.

A Tabela 11, apresenta os resultados da Proposição 06.

Tabela 11. Percepção da proposição 06 de acordo com a característica do respondente

Variável	Grupo	Proposição 6			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	7,55%	92,45%	100%	8,13	7,68
	Não Possuía	19,07%	80,93%	100%	7,57	
IES	IES Privada	12,80%	87,20%	100%	8,00	
	IES Pública	23,08%	76,92%	100%	7,18	
Período do Curso	Anos Iniciais	18,59%	81,41%	100%	7,63	
	Anos Finais	14,29%	85,71%	100%	7,76	
	De 17 a 19 anos	18,27%	81,73%	100%	7,65	
Idade	De 19 a 20 anos	20,00%	80,00%	100%	7,57	
	De 20 a 24 anos	18,06%	81,94%	100%	7,63	
	De 24 a 37 anos	10,53%	89,47%	100%	7,88	
Gênero	Feminino	12,84%	87,16%	100%	7,93	
	Masculino	21,67%	78,33%	100%	7,38	
Outra Graduação	Possui	8,33%	91,67%	100%	8,33	
	Não Possui	17,62%	82,38%	100%	7,62	
Vínculo empregatício	Possui	17,67%	82,33%	100%	7,57	
	Não Possui	13,21%	86,79%	100%	8,15	
Atuação Profissional	Contábil	16,00%	84,00%	100%	7,70	
	Outras	19,13%	80,87%	100%	7,45	
% total da proposição		16,79%	83,21%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 06:** Da mesma forma que o Estado, as empresas devem investir em áreas de interesse público, como: educação, saúde, cultura e questões sociais em geral.

De acordo com a fundamentação apresentada no Quadro 05, esperava-se que os respondentes concordassem com a proposição.

Como pode ser observado na Tabela 11, a maior parte dos alunos (83,21%) apresentaram um nível de concordância considerável com a proposição, fazendo com que a mesma apresentasse uma média de 7,68, o que pode ser aceito com satisfação, já que demonstra que grande parte dos alunos tem uma percepção correta sobre a proposição.

Analisando os dados em destaque, é possível perceber que a IES pública apresentou quase o dobro de alunos com a percepção equivocada sobre os investimentos que uma empresa considerada socialmente responsável deve realizar, do que a IES privada, as quais apresentou percentuais de 23,08% e 12,80%, respectivamente. Dentre os alunos que não possuíam conhecimento prévio sobre RSC, 19,07% estão enganados ao discordar da proposição.

Os grupos de alunos que possuem idade entre 19 e 20 anos, que são do gênero masculino e que atuam profissionalmente em áreas adversas a

contabilidade, também apresentaram percentuais significativos de equivocados. (20%, 21,67% e 19,13%, respectivamente).

Fazendo uma comparação de média entre cada grupo de alunos, percebe-se que, as médias entre os grupos de alunos que estudam na IES pública e os que estudam na IES privada se diferenciam, variando 0,82 de uma para a outra. Observa-se que a IES privada apresentou uma média maior da proposição (8,00), demonstrando que os alunos da IES possuem uma melhor percepção do que os alunos da IES pública, com 7,18 de média. Entretanto, as duas IES apresentaram uma boa média, já que são superiores a 5, o que informa que grande parte dos alunos tem a percepção correta sobre a proposição.

Outra diferença de médias aparente, está entre o grupo de alunos que possuem outra graduação e o de discentes que não possuem, apresentando uma divergência numérica de 0,71. Observa-se que os alunos que já possuem outra graduação, apresentaram uma melhor média de respostas do que os que não possuem, levando ao entendimento de que os que estão na segunda graduação, possuem melhor visão sobre a proposição.

A Tabela 12, apresenta os resultados da Proposição 07.

**Tabela 12. Percepção da proposição 07 de acordo com a característica do respondente**

Variável	Grupo	Proposição 7			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	15,09%	84,91%	100%	7,04	6,85
	Não Possuía	27,44%	72,56%	100%	6,80	
IES	IES Privada	24,39%	75,61%	100%	6,92	
	IES Pública	25,96%	74,04%	100%	6,74	
Período do Curso	Anos Iniciais	30,13%	69,87%	100%	6,58	
	Anos Finais	17,86%	82,14%	100%	7,23	
Idade	De 17 a 19 anos	31,73%	68,27%	100%	6,58	
	De 19 a 20 anos	22,86%	77,14%	100%	7,00	
	De 20 a 24 anos	23,61%	76,39%	100%	7,13	
	De 24 a 37 anos	15,79%	84,21%	100%	6,91	
Gênero	Feminino	25,68%	74,32%	100%	6,80	
	Masculino	24,17%	75,83%	100%	6,91	
Outra Graduação	Possui	12,50%	87,50%	100%	6,92	
	Não Possui	26,23%	73,77%	100%	6,84	
Vínculo empregatício	Possui	24,65%	75,35%	100%	6,80	
	Não Possui	26,42%	73,58%	100%	7,08	
Atuação Profissional	Contábil	24,00%	76,00%	100%	6,79	
	Outras	25,22%	74,78%	100%	6,80	
% total da proposição		<b>25,00%</b>	<b>75,00%</b>	<b>100%</b>		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 07:** As empresas realizam investimentos na área social/ambiental apenas para obter aceitação (legitimidade) no meio em que estão inseridas.

O Quadro 05, apresenta a fundamentação da proposição como errada, esperando-se que os alunos não concordem com essa afirmativa.

Através da Tabela 12, nota-se que a maior parte dos alunos (75%), concordam com a proposição com um nível de 5 a 10, fazendo com que a média da mesma obtivesse um resultado de 6,85, quando deveria ser inferior a 5, para demonstrar que os alunos não concordam com a afirmativa de que as empresas socialmente responsáveis fazem investimentos na área social/ambiental com o intuito de serem aceitas no mercado. A média pode ser considerada preocupante, pois demonstra que grande parte dos respondentes concordam com a proposição.

O grupo que apresentou um maior número de alunos equivocados em relação aos objetivos dos investimentos de uma empresa socialmente responsável, foi o dos que informaram já terem concluído outra graduação, com 87,50% do total de estudantes. Este resultado pode ter sido influenciado pelo conhecimento que o aluno adquiriu na graduação anterior ao curso de Ciências Contábeis, sendo que esta não parece ter sido suficiente para o bom entendimento do aluno sobre a RSC.

Os alunos que informaram já ter ouvido falar do tema RSC antes da aplicação do questionário também apresentaram um percentual alto de percepção errada sobre a proposição (84,91%), identificando que este conhecimento pode não ter sido bem interpretado pelo aluno, ou foi insuficiente para o bom entendimento das práticas que uma empresa socialmente responsável deve adotar para si.

Os respondentes que possuem idade entre 24 e 37 anos e que estão cursando os anos finais do curso, também estão entre os alunos que estão enganados quanto a sua percepção sobre a afirmativa, entendendo-se que apesar de estes alunos serem mais velhos que os demais e estarem a mais tempo no curso, isso não foi considerado suficiente para o seu bom entendimento sobre o tema, fato este que pode ter ocorrido devido a não abordagem do tema ou por este ter sido visto de forma superficial.

Fazendo uma comparação de média entre cada grupo, aparentemente a diferença que mais se destacou, foi entre os alunos que estão nos anos iniciais e os que estão nos anos finais do curso, apresentado uma diferença de 0,65 entre elas,



sendo que os alunos que estão nos anos finais do curso, apresentaram uma melhor percepção dos que estão nos anos iniciais.

A Tabela 13, apresenta os resultados da Proposição 08.

**Tabela 13. Percepção da proposição 08 de acordo com a característica do respondente**

Variável	Grupo	Proposição 8			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	24,53%	75,47%	100%	6,64	6,64
	Não Possuía	32,09%	67,91%	100%	6,64	
IES	IES Privada	26,83%	73,17%	100%	6,90	
	IES Pública	36,54%	63,46%	100%	6,22	
Período do Curso	Anos Iniciais	32,05%	67,95%	100%	6,56	
	Anos Finais	28,57%	71,43%	100%	6,74	
	De 17 a 19 anos	33,65%	66,35%	100%	6,71	
Idade	De 19 a 20 anos	25,71%	74,29%	100%	6,54	
	De 20 a 24 anos	30,56%	69,44%	100%	6,60	
	De 24 a 37 anos	28,07%	71,93%	100%	6,61	
Gênero	Feminino	31,08%	68,92%	100%	6,64	
	Masculino	30,00%	70,00%	100%	6,64	
Outra Graduação	Possui	29,17%	70,83%	100%	6,38	
	Não Possui	30,74%	69,26%	100%	6,66	
Vínculo empregatício	Possui	30,70%	69,30%	100%	6,61	
	Não Possui	30,19%	69,81%	100%	6,74	
Atuação Profissional	Contábil	35,00%	65,00%	100%	6,55	
	Outras	26,96%	73,04%	100%	6,67	
% total da proposição		30,60%	69,40%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 08:** As empresas que investem na área social/ambiental praticam tal ação com outros interesses que não o de contribuir de fato com a melhoria da qualidade de vida da coletividade.

A fundamentação da proposição apresentada no Quadro 05, informa que a mesma está incorreta, e por este motivo, tinha-se como expectativa de resposta, a não concordância dos alunos com a afirmativa.

Os resultados apresentados na Tabela 13, mostram que apenas 30,60% dos alunos concordam com a afirmativa em um nível de 0 a 5, e que a proposição apresenta uma média de 6,64, sendo considerada preocupante, pois este número deveria ser inferior a 5, demonstrando que os alunos possuem a percepção correta sobre os objetivos dos investimentos de uma empresa socialmente responsável, ao

discordar de que estas os fazem com interesses adversos ao da contribuição de fato com a melhoria da qualidade de vida da coletividade.

Dentre os três grupos que apresentaram o maior número de alunos com a percepção correta sobre a proposição, estão os que estudam na IES pública, com percentual de 36,54%, seguido dos alunos que atuam profissionalmente na área contábil, com percentual de 35% e por último, os alunos com idade entre 17 e 19 anos, representando 33,65% do total de alunos. Porém, apesar do destaque dos grupos apresentados neste parágrafo, de modo geral a percepção dos alunos não foi satisfatória, demonstrando a necessidade de abordagem sobre o tema nas IES estudadas.

Ao analisar as médias dos grupos, percebe-se que a diferença mais significativa, foi entre as médias das duas IES, com 0,68. Observa-se que as duas IES apresentaram média superior a 6, e esta não é considerada satisfatória, pois demonstra a visão equivocada dos alunos sobre a proposição.

A Tabela 14, apresenta dos resultados da Proposição 09.

Tabela 14. Percepção da proposição 09 de acordo com a característica do respondente						
Variável	Grupo	Proposição 9			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	47,17%	52,83%	100%	5,38	5,94
	Não Possuía	40,47%	59,53%	100%	6,08	
IES	IES Privada	33,54%	66,46%	100%	6,49	
	IES Pública	54,81%	45,19%	100%	5,08	
Período do Curso	Anos Iniciais	45,51%	54,49%	100%	5,84	
	Anos Finais	36,61%	63,39%	100%	6,08	
	De 17 a 19 anos	43,27%	56,73%	100%	5,95	
Idade	De 19 a 20 anos	28,57%	71,43%	100%	6,20	
	De 20 a 24 anos	37,50%	62,50%	100%	6,22	
	De 24 a 37 anos	52,63%	47,37%	100%	5,40	
Gênero	Feminino	43,24%	56,76%	100%	5,82	
	Masculino	40,00%	60,00%	100%	6,08	
Outra Graduação	Possui	54,17%	45,83%	100%	5,38	
	Não Possui	40,57%	59,43%	100%	6,00	
Vínculo empregatício	Possui	44,19%	55,81%	100%	5,80	
	Não Possui	32,08%	67,92%	100%	6,49	
Atuação Profissional	Contábil	43,00%	57,00%	100%	5,70	
	Outras	45,22%	54,78%	100%	5,90	
% total da proposição		41,79%	58,21%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 09:** A responsabilidade social das empresas se limita à geração de lucro para os sócios/acionistas e à contribuição para o crescimento econômico do país.

De acordo com a fundamentação da proposição apresentada no Quadro 05 deste trabalho, observa-se que a mesma está errada, e neste sentido, se esperava a discordância dos alunos com a afirmativa.

A Tabela 14, informa que apenas 41,79% dos alunos possuem percepção correta sobre a proposição, ou seja, apresentaram um nível de concordância de 0 a 5. Este percentual é considerado insuficiente, pois demonstra que a maior parte dos alunos possuem uma visão equivocada sobre a proposição.

Apesar de o número de alunos que possuem percepção correta sobre a afirmativa ser inferior ao número de alunos que possuem visão errada sobre a mesma, a média geral da afirmativa foi de 5,94, sendo considerada razoável, já que está próxima de 5 e demonstra que mesmo os alunos que concordaram com a afirmativa em um nível superior a 5, certamente não concordam totalmente com a mesma, ficando próximo ao ponto neutro da escala (5).

Os percentuais em destaque na Tabela 14, correspondem aos resultados encontrados nos grupos que apresentaram o maior número de alunos equivocados com a percepção sobre a proposição. Dentre eles, observa-se que os alunos com idade entre 19 e 20 anos, apresentam o percentual de 71,43% de alunos enganados, seguido de 67,92% do total de alunos que não possuem vínculo empregatício, de 66,46% dos alunos que estudam na IES privada e 63,39% dos alunos que estão nos anos finais do curso.

Os resultados obtidos no grupo dos respondentes com idade entre 19 e 20 anos, pode estar relacionado a pouca idade e tempo de experiência destes alunos com o mercado de trabalho e vida acadêmica. Observa-se no Gráfico 22 já apresentado, que dos alunos que informaram ter conhecimento prévio sobre RSC, 90,57% estão trabalhando, e o fato de 67,92% dos alunos que não possuem vínculo com o mercado de trabalho, estarem equivocados com a percepção da afirmativa em questão, pode estar atrelado ao fato de não pertencerem ao mercado de trabalho.

Os resultados do grupo de alunos da IES privada e dos alunos que pertencem aos anos finais da graduação, podem estar relacionados a falta de abordagem do tema com profundidade no curso de Ciências Contábeis.

A comparação de médias, apresentou diferença aparente entre as respostas dos alunos da IES pública e privada, possuindo uma diferença entre as médias de 1,41. A média da IES pública (5,08) é considerada mais satisfatória que a da IES privada (6,48), pois está mais próxima de 5, demonstrando a discordância dos alunos com a proposição. O fato de os alunos da IES pública apresentarem melhores resultados dos que estudam na IES privada, pode estar atrelado ao ensino em que é ofertado nas duas instituições.

A Tabela 15, apresenta dos resultados da Proposição 10.

**Tabela 15. Percepção da proposição 10 de acordo com a característica do respondente**

Variável	Grupo	Proposição 10			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	28,30%	71,70%	100%	6,70	6,55
	Não Possuía	31,16%	68,84%	100%	6,52	
IES	IES Privada	23,17%	76,83%	100%	6,87	
	IES Pública	42,31%	57,69%	100%	6,06	
Período do Curso	Anos Iniciais	34,62%	65,38%	100%	6,35	
	Anos Finais	25,00%	75,00%	100%	6,84	
	De 17 a 19 anos	28,85%	71,15%	100%	6,68	
Idade	De 19 a 20 anos	31,43%	68,57%	100%	6,80	
	De 20 a 24 anos	33,33%	66,67%	100%	6,40	
	De 24 a 37 anos	29,82%	70,18%	100%	6,35	
Gênero	Feminino	31,08%	68,92%	100%	6,47	
	Masculino	30,00%	70,00%	100%	6,66	
Outra Graduação	Possui	33,33%	66,67%	100%	6,50	
	Não Possui	30,33%	69,67%	100%	6,56	
Vínculo empregatício	Possui	31,16%	68,84%	100%	6,52	
	Não Possui	28,30%	71,70%	100%	6,68	
Atuação Profissional	Contábil	39,00%	61,00%	100%	6,09	
	Outras	24,35%	75,65%	100%	6,90	
% total da proposição		<b>30,60%</b>	<b>69,40%</b>	<b>100%</b>		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 10:** As empresas, são visualizadas como grandes consumidoras de recursos, o que contribui para os problemas sociais e ambientais existentes, porém, isso não influencia os consumidores na hora da aquisição de um bem ou serviço das organizações.

Ao observar a fundamentação da proposição apresentada no Quadro 05, é possível perceber que os consumidores estão cobrando cada dia mais ações de responsabilidade das organizações, e que os mesmos levam isso em conta na hora

de escolher seus fornecedores de bens e/ou serviços. Neste sentido, a afirmativa apresentada está errada, e esperava-se que os alunos discordassem da mesma.

A Tabela 15, apresenta um percentual de apenas 30,60% de alunos que discordam com a proposição em um nível de 0 a 5, identificando que a maioria dos alunos apresentam percepção equivocada sobre a afirmativa. A média geral da proposição é 6,55, sendo que esta é superior a 5 e portanto, não atendendo as expectativas de resultado.

Os três grupos com o maior número de respondentes enganados quanto a sua percepção sobre a proposição, é formado por alunos que estudam na IES privada (76,83%), que estão cursando os anos finais do curso (75%) e que atuam profissionalmente em outras áreas que não a contabilidade (75,65%).

Os resultados do grupo de alunos da IES privada e dos alunos que pertencem aos anos finais da graduação, podem estar relacionados a falta de abordagem do tema com profundidade no curso de Ciências Contábeis.

O fato de os alunos que atuam profissionalmente na área contábil possuir um percentual alto de equivocados, pode ter sido ocasionado justamente por estes trabalharem em uma área que não sofre tanto com a rejeição dos clientes por causa da RSC, diferente do que ocorre com as indústrias e empresas que “agridem” o meio ambiente e a sociedade com suas atividades.

Ao realizar a comparação de médias, observou-se a diferença absoluta de 0,81 entre a média do grupo de estudantes da IES pública e privada, e também do grupo de estudantes que atuam profissionalmente na área contábil e em outras áreas, porém, nenhuma das médias foi considerada satisfatória, já que todas são superiores a 5 e informam que os respondentes concordam mais com a proposição do que discordam, quando deveria ser ao contrário.

Nos demais grupos não se observou diferenças aparentes nas médias.

A Tabela 16, apresenta dos resultados da Proposição 11.

Tabela 16. Percepção da proposição 11 de acordo com a característica do respondente

Variável	Grupo	Proposição 11			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	5,66%	94,34%	100%	8,66	8,13
	Não Possuía	9,77%	90,23%	100%	8,00	
IES	IES Privada	9,76%	90,24%	100%	8,09	
	IES Pública	7,69%	92,31%	100%	8,18	
Período do Curso	Anos Iniciais	8,97%	91,03%	100%	8,01	
	Anos Finais	8,93%	91,07%	100%	8,29	
	De 17 a 19 anos	4,81%	95,19%	100%	8,29	
Idade	De 19 a 20 anos	8,57%	91,43%	100%	7,94	
	De 20 a 24 anos	15,28%	84,72%	100%	8,04	
	De 24 a 37 anos	8,77%	91,23%	100%	8,05	
Gênero	Feminino	5,41%	94,59%	100%	8,39	
	Masculino	13,33%	86,67%	100%	7,80	
Outra Graduação	Possui	0,00%	100,00%	100%	8,83	
	Não Possui	9,84%	90,16%	100%	8,06	
Vínculo empregatício	Possui	9,30%	90,70%	100%	8,17	
	Não Possui	7,55%	92,45%	100%	7,94	
Atuação Profissional	Contábil	10,00%	90,00%	100%	8,38	
	Outras	8,70%	91,30%	100%	7,99	
% total da proposição		8,96%	91,04%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 11:** As práticas de RSC, é uma conscientização importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo.

A proposição apresentada, está fundamentada no Quadro 05 e é considerada correta pelos autores, portanto, esperava-se que os respondentes concordassem com a mesma.

Os resultados demonstrados na Tabela 16, informam que acima de 91,04% dos alunos, concordam com a afirmação de que as empresas socialmente responsáveis, devem possuir em seus objetivos práticas de responsabilidade social, realizando-as de forma contínua, estando corretos em sua percepção. A média geral da proposição apresentou um valor de 8,13, sendo considerado satisfatório, já que demonstra que a maior parte dos respondentes possuem percepção adequada sobre a proposição.

Dentre os grupos de alunos que apresentaram discordância com a proposição em percentual mais elevado que os demais, pode-se citar os alunos que possuem idade entre 20 e 24 anos, com 15,28% do seu total estando equivocados sobre a proposição, os alunos do gênero masculino, com percentual de 13,33% de

equivocados e os alunos que atuam profissionalmente na área contábil, com 10% de enganados. Porém, pode-se considerar que todos os percentuais destacados não são altos e que de forma geral, os alunos possuem uma boa percepção sobre o assunto e a diferença de percepções, é esperada se tratando de pessoas com características diferentes entre si.

As médias dos grupos, se diferenciaram de forma mais relevante entre os alunos que possuem outra graduação e os que estão fazendo o seu primeiro curso superior, tendo uma diferença de números absoluta de 0,77 entre as mesmas. Porém os dois grupos apresentaram médias boas, demonstrando o bom entendimento dos alunos sobre os objetivos que uma empresa socialmente responsável deve possuir.

A Tabela 17, apresenta dos resultados da Proposição 12.

<b>Tabela 17. Percepção da proposição 12 de acordo com a característica do respondente</b>						
Variável	Grupo	Proposição 12			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
<b>Conhecimento Prévio RSC</b>	Possuía	5,66%	94,34%	100%	8,34	8,12
	Não Possuía	11,63%	88,37%	100%	8,06	
<b>IES</b>	IES Privada	11,59%	88,41%	100%	8,18	
	IES Pública	8,65%	91,35%	100%	8,02	
<b>Período do Curso</b>	Anos Iniciais	12,18%	87,82%	100%	8,15	
	Anos Finais	8,04%	91,96%	100%	8,06	
<b>Idade</b>	De 17 a 19 anos	8,65%	91,35%	100%	8,36	
	De 19 a 20 anos	22,86%	77,14%	100%	7,49	
	De 20 a 24 anos	5,56%	94,44%	100%	8,43	
	De 24 a 37 anos	12,28%	87,72%	100%	7,67	
<b>Gênero</b>	Feminino	7,43%	92,57%	100%	8,32	
	Masculino	14,17%	85,83%	100%	7,87	
<b>Outra Graduação</b>	Possui	4,17%	95,83%	100%	8,42	
	Não Possui	11,07%	88,93%	100%	8,09	
<b>Vínculo empregatício</b>	Possui	9,77%	90,23%	100%	8,19	
	Não Possui	13,21%	86,79%	100%	7,83	
<b>Atuação Profissional</b>	Contábil	13,00%	87,00%	100%	8,29	
	Outras	6,96%	93,04%	100%	8,10	
<b>% total da proposição</b>		<b>10,45%</b>	<b>89,55%</b>	<b>100%</b>		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 12:** As empresas que se preocupam com os agentes internos e externos à organização, possuem melhor posição que suas concorrentes e ganham a preferência dos consumidores.

No Quadro 05, está fundamentada a Proposição 12, e como pode ser observado através do mesmo, a mesma é considerada correta pelos autores, e neste caso, espera-se que os respondentes concordem com a mesma.

Ao se observar a Tabela 17, percebe-se que 89,55% dos alunos concordam que a proposição esteja correta, apresentando desta forma, uma média geral de 8,12, valores estes que podem ser considerados satisfatórios, já que representam a maioria dos alunos e indicam que os mesmos estão corretos sobre a sua percepção com referência a visão dos consumidores sobre as práticas de empresas socialmente responsáveis.

Os alunos que se destacaram por não estarem corretos em sua percepção, estão no grupo de estudantes que possuem idade entre 19 e 20 anos, representando 22,86% do seu total, no de estudantes do gênero masculino, com 14,17% do seu total, no grupo de estudantes que não possuem vínculo empregatício, com 13,21% dos respondentes e no grupo dos que possuem a área contábil como atuação profissional, representando 13% dos alunos que afirmaram possuir vínculo com o mercado de trabalho.

A pouca idade dos estudantes que representaram o maior número de discordantes da amostra com a proposição, pode ter influenciado na sua percepção, assim como a falta de experiência com o mercado de trabalho pode ter influenciado o segundo maior grupo de discordantes.

Aparentemente, a média dos alunos que possuem idade entre 20 e 24 anos, se diferencia da média dos alunos que possuem idade entre 24 e 37 anos em 0,94, porém em ambos os grupos, as médias apresentadas são consideradas satisfatórias, pois demonstram que os alunos concordam com a proposição em um nível superior a 5, o que se tinha como expectativa de resposta.

A Tabela 18, apresenta dos resultados da Proposição 13.



Tabela 18. Percepção da proposição 13 de acordo com a característica do respondente

Variável	Grupo	Proposição 13			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	5,66%	94,34%	100%	8,77	8,74
	Não Possuía	7,44%	92,56%	100%	8,73	
IES	IES Privada	7,93%	92,07%	100%	8,74	
	IES Pública	5,77%	94,23%	100%	8,74	
Período do Curso	Anos Iniciais	8,33%	91,67%	100%	8,74	
	Anos Finais	5,36%	94,64%	100%	8,74	
	De 17 a 19 anos	8,65%	91,35%	100%	8,83	
Idade	De 19 a 20 anos	2,86%	97,14%	100%	8,63	
	De 20 a 24 anos	8,33%	91,67%	100%	8,86	
	De 24 a 37 anos	5,26%	94,74%	100%	8,49	
Gênero	Feminino	4,05%	95,95%	100%	9,01	
	Masculino	10,83%	89,17%	100%	8,40	
Outra Graduação	Possui	0,00%	100,00%	100%	9,29	
	Não Possui	7,79%	92,21%	100%	8,68	
Vínculo empregatício	Possui	7,44%	92,56%	100%	8,71	
	Não Possui	5,66%	94,34%	100%	8,85	
Atuação Profissional	Contábil	9,00%	91,00%	100%	8,67	
	Outras	6,09%	93,91%	100%	8,75	
% total da proposição		7,09%	92,91%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 13:** O profissional de contabilidade deve contribuir com a responsabilidade social das empresas incentivando práticas como a divulgação de relatórios sociais (Balanço Social) e a transparência nas demonstrações contábeis.

Seguindo a opinião dos autores, conforme apresentado no Quadro 05, a proposição está correta e os respondentes que possuem uma percepção adequada sobre ela, devem concordar com esta afirmativa.

A Tabela 18, apresenta que a maior parte dos alunos concordam com a proposição, representando 92,91% do total de respondentes. Dentre os alunos que não concordam, a maior parte deles está representada pelos alunos do gênero masculino, com 10,83%, seguindo dos alunos que atuam profissionalmente na área contábil, com 9% do seu total, e dos alunos que possuem idade entre 17 e 19 anos, com 8,65% de discordantes.

O motivo do percentual apresentado de alunos que possuem idade entre 17 e 19 anos ter percepção equivocada sobre as contribuições que um profissional de contabilidade pode realizar em favor da responsabilidade social das empresas, pode estar atrelado ao fato de que estes possuem pouco tempo de curso e experiência na área contábil, em razão de sua pouca idade.

Sabe-se que a elaboração e divulgação de relatórios sociais não é obrigatória (MILANI FILHO, 2008) e os alunos que atuam profissionalmente na área contábil, conhecem a realidade de que por este motivo, poucas empresas fazem a elaboração e divulgação de relatórios sociais. Este contexto, pode ter influenciado a percepção destes alunos de forma negativa, fazendo-os achar que o profissional da contabilidade não tem a obrigação de contribuir com a divulgação da responsabilidade social das empresas.

De modo geral, a afirmativa apresentou uma média de 8,74, sendo esta superior a 5 e considerada satisfatória, pois demonstra a concordância dos alunos com a mesma de forma positiva. Na comparação de médias entre os grupos, a diferença absoluta mais relevante dentre todas, foi a do grupo de alunos por gênero e do grupo de alunos por graduação, apresentando uma diferença de 0,61 nos dois casos, porém a média obtida nos grupos que apresentaram diferenças entre si, podem ser consideradas satisfatórias, já que todas foram superiores a 8,00, demonstrando o bom entendimento dos alunos sobre a proposição.

A Tabela 19, apresenta dos resultados da Proposição 14.

<b>Tabela 19. Percepção da proposição 14 de acordo com a característica do respondente</b>						
Variável	Grupo	Proposição 14			Média da Proposição	Média total da proposição
		De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	5,66%	94,34%	100%	8,34	8,21
	Não Possuía	7,91%	92,09%	100%	8,18	
IES	IES Privada	4,88%	95,12%	100%	8,38	
	IES Pública	11,54%	88,46%	100%	7,95	
Período do Curso	Anos Iniciais	8,33%	91,67%	100%	8,15	
	Anos Finais	6,25%	93,75%	100%	8,29	
	De 17 a 19 anos	5,77%	94,23%	100%	8,28	
Idade	De 19 a 20 anos	8,57%	91,43%	100%	8,11	
	De 20 a 24 anos	11,11%	88,89%	100%	8,26	
	De 24 a 37 anos	5,26%	94,74%	100%	8,09	
Gênero	Feminino	4,05%	95,95%	100%	8,54	
	Masculino	11,67%	88,33%	100%	7,81	
Outra Graduação	Possui	0,00%	100,00%	100%	8,58	
	Não Possui	8,20%	91,80%	100%	8,18	
Vínculo empregatício	Possui	7,91%	92,09%	100%	8,18	
	Não Possui	5,66%	94,34%	100%	8,34	
Atuação Profissional	Contábil	12,00%	88,00%	100%	8,10	
	Outras	4,35%	95,65%	100%	8,25	
% total da proposição		7,46%	92,54%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 14:** Estão entre as atribuições do profissional de contabilidade, a divulgação de informações de cunho social e ambiental. Por este motivo, o contabilista tem o poder de influenciar a visão dos gestores organizacionais sobre o meio que envolve a empresa e de incentivar as práticas de RSC.

No Quadro 05, está fundamentada a Proposição 14, e seguindo a linha de pensamento dos autores, entende-se que a mesma está correta. Neste sentido, tem-se como expectativa de resposta que os alunos concordem com a afirmativa.

Ao observar-se os resultados apresentados na Tabela 19, é possível perceber que o maior número de discordantes da proposição, são os alunos que trabalham na área contábil, com 12% do total de alunos que declararam possuir vínculo empregatício e atuar na área contábil, seguido dos alunos do gênero masculino, com 11,67% do total, dos alunos que estudam na IES pública, representando 11,54% do total e dos alunos que possuem idade entre 20 e 24 anos, com 11,11%.

O ponto da análise que pode ser considerado mais relevante, é o fato dos alunos que trabalham na área contábil, ser o grupo com o maior número de alunos que discordam da proposição, já que esta, faz justamente a análise da relação das atribuições do profissional contábil, com o poder de influência que o mesmo possui sobre os gestores empresariais, demonstrando que estes alunos não acreditam na afirmativa.

Tal resultado pode ter sido ocasionado, devido a realidade vivenciada por estes profissionais, no que se refere a sua desvalorização, principalmente por parte das micro e pequenas empresas, que com o intuito de reduzir gastos, utilizam a contabilidade somente para atender as obrigações fiscais e legais, deixando de utilizar a contabilidade como fonte de informações necessárias para as suas tomadas de decisões (SANTANA, 2011).

Ao fazer a comparação de média entre os grupos, percebe-se que a média do grupo de alunos do gênero masculino (7,81), se diferencia aparentemente da média de alunos do gênero feminino (8,54). Analisando as duas médias, identificou-se que as mulheres possuem uma melhor percepção do que os homens sobre a proposição, porém, ambos os resultados são adequados.

Nos demais grupos, não foram notadas diferenças significativas entre as médias de respostas.

A Tabela 20, apresenta dos resultados da Proposição 15.

		Proposição 15			Média da Proposição	Média total da proposição
Variável	Grupo	De 0 a 05	De 06 a 10	Total		
Conhecimento Prévio RSC	Possuía	3,77%	96,23%	100%	8,68	8,64
	Não Possuía	4,65%	95,35%	100%	8,63	
IES	IES Privada	4,27%	95,73%	100%	8,80	
	IES Pública	4,81%	95,19%	100%	8,38	
Período do Curso	Anos Iniciais	4,49%	95,51%	100%	8,74	
	Anos Finais	4,46%	95,54%	100%	8,49	
	De 17 a 19 anos	4,81%	95,19%	100%	8,90	
Idade	De 19 a 20 anos	2,86%	97,14%	100%	8,29	
	De 20 a 24 anos	5,56%	94,44%	100%	8,65	
	De 24 a 37 anos	3,51%	96,49%	100%	8,35	
Gênero	Feminino	2,03%	97,97%	100%	8,87	
	Masculino	7,50%	92,50%	100%	8,35	
Outra	Possui	0,00%	100,00%	100%	9,00	
Graduação	Não Possui	4,92%	95,08%	100%	8,60	
Vínculo empregatício	Possui	3,72%	96,28%	100%	8,65	
Atuação Profissional	Não Possui	7,55%	92,45%	100%	8,58	
	Contábil	7,00%	93,00%	100%	8,62	
	Outras	0,87%	99,13%	100%	8,68	
% total da proposição		4,48%	95,52%	100%		

Fonte: Elaborada pela autora

**Proposição 15:** A sociedade está cobrando cada vez mais práticas de responsabilidade social das empresas, e o contador deve acompanhar este novo contexto empresarial para desempenhar suas funções com qualidade.

De acordo com o Quadro 05, é possível perceber que a fundamentação da proposição, leva ao entendimento de que ela está correta. Neste sentido, espera-se que os respondentes concordem com a afirmativa.

Analisando os resultados da Tabela 20, é possível identificar que 95,52% dos alunos, concordam com a proposição, resultado este satisfatório, já que demonstra que a maior parte dos alunos acreditam que o contador possui também a função de acompanhar o contexto em que as empresas estão inseridas para assim, conseguir desempenhar suas funções enquanto profissionais da área contábil, com qualidade. Observa-se que dentre os alunos que apresentaram um percentual de discordância superior aos os demais, estão os grupos de alunos do gênero

masculino (7,50%), os alunos que não possuem vínculo empregatício (7,55%) e os alunos que atuam na área contábil (7%).

Os alunos que não possuem vínculo empregatício e que discordaram da proposição, podem tê-la feito por motivo de não possuir as experiências que o mercado de trabalho proporciona, e os alunos que trabalham na área contábil, a percepção errada pode ter sido ocasionada devido à realidade vivenciada por eles no dia a dia de trabalho, onde conforme Santana (2011) o contador muitas vezes, desempenha o papel somente de atender o fisco, não acompanhando as mudanças no ambiente que as empresas estão inseridas e não as auxiliando na tomada de decisões.

Ao comparar as médias dos grupos, observa-se que aparentemente existe diferença entre a média dos alunos que possuem idade entre 17 e 19 anos, com a média dos alunos que possuem idade entre 19 e 20 anos, variando 0,61 de uma para outra, entretanto as duas médias apresentadas são satisfatórias e demonstram a concordância dos alunos com a proposição acima de 80% nos dois casos.

#### 4.4 ANÁLISE ESTATÍSTICA DAS MÉDIAS DAS PROPOSIÇÕES

Dando sequência na análise, com relação a percepção dos respondentes das proposições apresentadas, faz-se necessário a realização de testes estatísticos de comparação de médias, com o intuito de comprovar se as diferenças absolutas encontradas e já apresentadas no tópico anterior, podem ser consideradas também estatisticamente válidas.

Antes de iniciar as análises estatísticas no instrumento, Field (2009) cita a importância de checar a confiabilidade da escala. Neste sentido, optou-se pelo coeficiente Alfa de *Cronbach*, com valor ideal mínimo de 0,7, podendo ser aceito 0,6 para pesquisas exploratórias (HAIR JR *et al.*, 2005).

O resultado encontrado da verificação da confiabilidade de escala do instrumento utilizado neste trabalho, por meio do coeficiente Alfa de *Cronbach* foi o valor de 0,769, sendo assim, pode-se perceber que todos os valores obtidos são aceitáveis, comprovando a confiabilidade de escala do modelo.

A análise estatística do instrumento deu-se em três partes, assim sendo: na primeira foi realizada a avaliação de normalidade das variâncias; na segunda a avaliação das médias das proposições consideradas; e na terceira, foi feita a comparação das proposições segregando a amostra por características coletadas, sendo que nesta parte da análise, utilizou-se testes não paramétricos de comparação de médias, como o Teste *Kruskal-Wallis* e o Teste de hipóteses de *Mann-Whitney*.

Para realização da comparação das médias entre as proposições, com o objetivo de ordená-las pela intensidade das respostas, primeiramente foram feitas as médias de cada proposição e em seguida, foi realizada a verificação da normalidade de variância dos dados, por meio do teste *Kolmogorov-Smirnov*. No teste de normalidade, com nível de significância de 5% para todas as competências, foi rejeitada a hipótese nula ( $H_0$ ), relatando a não normalidade dos dados, para as quinze proposições. Verificando-se a não normalidade dos dados, foi necessária a utilização de uma técnica não paramétrica para avaliar as eventuais diferenças entre as médias.

Para a verificação da existência de diferenças estatisticamente significativas entre os grupos, foi utilizado Testes não paramétricos de *Kruskal-Wallis* e *Mann-Whitney*. O teste não paramétrico *Kruskal-Wallis* é utilizado quando se possui mais de dois grupos, e o *Mann-Whitney*, quando se possui dois grupos.

Através da segregação da amostra por característica coletada, obteve-se dois grupos para: as instituições de ensino; o período do curso; o gênero; o vínculo empregatício; a área de atuação profissional do respondente e, o conhecimento prévio sobre RSC. Porém, para a idade dos respondentes, obteve-se quatro grupos, e neste caso, foi-se necessário utilizar o teste de *Kruskal-Wallis* para encontrar as diferenças, as quais quando detectadas, aplicou-se o Teste de hipóteses de *Mann-Whitney* para verificar em que grupo(s) existia(m) a diferença detectada pelo teste anterior. Para todos os testes foi utilizado nível de significância de 5% e aplicada à correção de *Bonferroni* quando a subamostra era considerada grande (FIELD, 2009).

#### 4.4.1 Comparação Das Proposições Com Segregação Da Amostra

Com a utilização dos Testes não paramétricos de Kruskal-Wallis e Mann-Whitney é possível avaliar as respostas por proposição com as assertivas de caracterização da amostra.

Ressalta-se que nas tabelas que serão apresentadas neste tópico, será informada a descrição completa somente das proposições onde foram encontradas diferenças de médias nos testes estatísticos, sendo possível visualizar a descrição das demais proposições no Quadro 5 já apresentado.

Primeiramente, é analisada a relação das proposições pela instituição de ensino que os respondentes pertencem, conforme Tabela 21.

Tabela 21. Proposições por instituições de ensino

Proposição	Média por Instituição		Resultado Teste Mann-Whitney
	UTFPR	Privada	
Proposição 01	8,38	8,57	=
Proposição 02	8,33	8,31	=
Proposição 03	6,58	6,60	=
Proposição 04	8,68	8,98	=
Proposição 05	8,60	9,05	=
P6. Da mesma forma que o Estado, as empresas devem investir em áreas de interesse público, como: educação, saúde, cultura e questões sociais em geral.	7,18	8,00	≠
Proposição 07	6,74	6,92	=
P8. As empresas que investem na área social/ambiental praticam tal ação com outros interesses que não o de contribuir de fato com a melhoria da qualidade de vida da coletividade.	6,22	6,90	≠
P9. A responsabilidade social das empresas se limita à geração de lucro para os sócios/acionistas e à contribuição para o crescimento econômico do país.	5,08	6,49	≠
P10. As empresas, são visualizadas como grandes consumidoras de recursos, o que contribui para os problemas sociais e ambientais existentes, porém, isso não influencia os consumidores na hora da aquisição de um bem ou serviço das organizações.	6,06	6,87	≠
Proposição 11	8,18	8,09	=
Proposição 12	8,02	8,18	=
Proposição 13	8,74	8,74	=
Proposição 14	7,95	8,38	=
P15. A sociedade está cobrando cada vez mais práticas de responsabilidade social das empresas, e o contador deve acompanhar este novo contexto empresarial para desempenhar suas funções com qualidade.	8,38	8,80	≠

Fonte: Elaborada pela autora.

Os resultados identificaram diferenças nas proposições em destaque, demonstrando que a percepções dos alunos se diferem de acordo com a IES que estudam.

Observa-se que os alunos da IES privada se saíram melhor com a percepção das proposições 06 e 15, pois apresentaram médias maiores em ambas as afirmativas, entretanto, pode-se dizer que os dois grupos apresentaram boas médias, já que demonstram a concordância com as afirmativas em um nível acima de 70% nos dois casos.

Nas proposições onde se esperava a discordância dos respondentes, os discentes da IES pública se saíram melhor que os da IES privada, pois apresentaram



médias mais baixas nas afirmativas 08, 09 e 10, porém, em todas elas as médias ficaram superiores a 5, demonstrando que de forma geral os alunos mais concordam com as proposições do que discordam, quando este resultado deveria ser ao contrário.

Os resultados obtidos levam ao entendimento de que as diferenças encontradas, podem estar atreladas a diferença de ensino das IES.

Os períodos/anos que os discentes estão cursando também foi alvo de análise, a fim de verificar se com o passar dos anos letivos a percepção dos discentes são diferentes. Neste sentido, o Teste não paramétrico de *Mann-Whitney* indicou diferença nas proposições em destaque abaixo, conforme Tabela 22.

**Tabela 22. Proposições por período do curso**

Proposição	Média por Período do Curso		Resultado Teste <i>Mann-Whitney</i>
	Anos Iniciais	Anos Finais	
Proposição 01	8,37	8,67	=
Proposição 02	8,25	8,41	=
Proposição 03	6,47	6,76	=
P4. Além da geração de lucro para os sócios/acionistas, as empresas devem se preocupar com a qualidade dos produtos, com a satisfação dos consumidores e com o impacto de suas atividades na comunidade onde atua.	8,74	9,04	≠
P5. As empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente.	8,87	8,88	≠
Proposição 06	7,63	7,76	=
P7. As empresas realizam investimentos na área social/ambiental apenas para obter aceitação (legitimidade) no meio em que estão inseridas.	6,58	7,23	≠
Proposição 08	6,56	6,74	=
Proposição 09	5,84	6,08	=
Proposição 10	6,35	6,84	=
P11. As práticas de RSC é uma conscientização importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo.	8,01	8,29	≠
Proposição 12	8,15	8,06	=
Proposição 13	8,74	8,74	=
Proposição 14	8,15	8,29	=
Proposição 15	8,74	8,49	=

**Fonte: Elaborada pela autora.**

Os resultados apontam diferenças na percepção das proposições em destaque. Pode se dizer que os alunos que estão nos anos finais do curso apresentaram melhores resultados em três das quatro proposições que apresentaram diferenças de percepções (04, 05 e 11). Entretanto, as médias dessas proposições é adequada nos dois grupos, pois de forma geral, os alunos apresentaram médias superiores a 8, demonstrando a concordância com as afirmativas em quase sua totalidade. Na Proposição 07, os dois grupos apresentaram médias superiores a 6,5, indicando a concordância e forma geral com a proposição, quando deveriam estar discordando da mesma.

Na comparação entre os grupos da idade dos respondentes, o Teste não paramétrico de *Kruskal-Wallis* indicou a existência de diferença estatisticamente significativa. Por este motivo, fez-se necessário a análise *post hoc* por meio do Teste de hipóteses de *Mann-Whitney* com correção de *Bonferroni* em todos os efeitos com um nível de significância de 0,0083 [0,05/6], indicando a diferença estatística entre os quatro grupos quando comparados [G1-G2; G1-G3; G1-G4; G2-G3; G2-G4 e G3-G4], conforme Tabela 23.

**Tabela 23. Proposições por idade**

Proposição	Média por Idade				Resultado Teste <i>Kruskal-Wallis</i>
	G1	G2	G3	G4	
Proposição 01	8,40	8,40	8,85	8,28	=
Proposição 02	8,35	8,43	8,44	8,04	=
Proposição 03	6,88	6,37	6,68	6,11	=
Proposição 04	8,81	8,89	9,19	8,54	=
Proposição 05	8,96	8,94	8,96	8,58	=
Proposição 06	7,65	7,57	7,63	7,88	=
Proposição 07	6,58	7,00	7,13	6,91	=
Proposição 08	6,71	6,54	6,60	6,61	=
Proposição 09	5,95	6,20	6,22	5,40	=
Proposição 10	6,68	6,80	6,40	6,35	=
Proposição 11	8,29	7,94	8,04	8,05	=
Proposição 12	8,36	7,49	8,43	7,67	=
Proposição 13	8,83	8,63	8,86	8,49	=
Proposição 14	8,28	8,11	8,26	8,09	=
P15. A sociedade está cobrando cada vez mais práticas de responsabilidade social das empresas, e o contador deve acompanhar este novo contexto empresarial para desempenhar suas funções com qualidade.	8,90	8,29	8,65	8,35	≠

Legendas dos grupos de idades: (G1) = De 17 a 19 anos; (G2) = De 19 a 20 anos; (3) = De 20 a 24 anos; (4) De 24 anos a 37 anos

Fonte: Elaborada pela autora.

Os resultados demonstram que a percepção dos alunos com idade de 17 a 19 anos, divergem das percepções dos alunos com idade entre 19 a 20 anos, na afirmativa de que os contadores devem acompanhar o contexto em que as empresas estão inseridas para poder auxiliá-las, desempenhando assim, suas funções com qualidade. Este resultado pode estar relacionado à pouca idade dos alunos de ambos os grupos, que conseqüentemente devem possuir menos experiência acadêmica e profissional que os grupos de alunos com idades superiores a 20 anos, e esta falta de experiência pode ter deixado os alunos em dúvida na hora de concordar ou discordar da afirmativa. Entretanto, as médias de todos os grupos na proposição estão superiores a 8,00 e podem ser consideradas adequadas, por demonstrar um nível de concordância geral em 80% com a afirmativa.

Na comparação entre os grupos por gênero dos respondentes, o Teste não paramétrico de *Mann-Whitney* indicou a existência de diferença estatisticamente significativa, conforme Tabela 24.

Tabela 24. Proposições por gênero

Proposição	Média por Gênero		Resultado Teste Mann-Whitney
	Masculino	Feminino	
Proposição 1	8,40	8,57	=
P2. Responsabilidade social corporativa está relacionada a uma política adequada de remuneração, saúde, segurança e educação da empresa para com os seus empregados.	8,05	8,53	≠
Proposição 3	6,64	6,55	=
Proposição 4	8,70	9,00	=
P5. As empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente.	8,60	9,01	≠
P6. Da mesma forma que o Estado, as empresas devem investir em áreas de interesse público, como: educação, saúde, cultura e questões sociais em geral.	7,38	7,93	≠
Proposição 07	6,91	6,80	=
Proposição 08	6,64	6,64	=
Proposição 09	6,08	5,82	=
Proposição 10	6,66	6,47	=
Proposição 11	7,80	8,39	=
Proposição 12	7,87	8,32	=
P13. O profissional de contabilidade deve contribuir com a responsabilidade social das empresas incentivando práticas como a divulgação de relatórios sociais (Balanço Social) e a transparência nas demonstrações contábeis.	8,40	9,01	≠
P14. Estão entre as atribuições do profissional de contabilidade, a divulgação de informações de cunho social e ambiental. Por este motivo, o contabilista tem o poder de influenciar a visão dos gestores organizacionais sobre o meio que envolve a empresa e de incentivar as práticas de RSC.	7,81	8,54	≠
P15. A sociedade está cobrando cada vez mais práticas de responsabilidade social das empresas, e o contador deve acompanhar este novo contexto empresarial para desempenhar suas funções com qualidade.	8,35	8,87	≠

Fonte: Elaborada pela autora.

Observa-se através da Tabela 24, que as mulheres apresentaram melhores resultados que os homens em todas as proposições em que os grupos demonstraram possuir diferenças de percepções, porém, apesar de as mulheres apresentarem melhores resultados, em todas as afirmativas o nível de concordância dos alunos de ambos os gêneros foi superior a 70%, indicando o bom entendimento dos mesmos.

Na sequência, outra análise realizada é a visão dos discentes com relação as proposições segregadas pelos respondentes que já concluíram outra graduação,

dos que estão em sua primeira graduação. Os resultados dos testes não apontaram diferenças estatísticas.

A Tabela 25, apresenta as diferenças estatísticas encontradas entre as médias das proposições, segundos os respondentes que possuem vínculo empregatícios, e dos que ainda não possuem.

**Tabela 25. Proposições por vínculo empregatício**

Proposição	Média por Vínculo Empregatício		Resultado Teste Mann-Whitney
	Possui	Não Possui	
Proposição 01	8,52	8,42	=
Proposição 02	8,35	8,19	=
Proposição 03	6,60	6,55	=
Proposição 04	8,87	8,83	=
Proposição 05	8,87	8,91	=
P6. Da mesma forma que o Estado, as empresas devem investir em áreas de interesse público, como: educação, saúde, cultura e questões sociais em geral.	7,57	8,15	≠
Proposição 07	6,80	7,08	=
Proposição 08	6,61	6,74	=
Proposição 09	5,80	6,49	=
Proposição 10	6,52	6,68	=
Proposição 11	8,17	7,94	=
Proposição 12	8,19	7,83	=
Proposição 13	8,71	8,85	=
Proposição 14	8,18	8,34	=
Proposição 15	8,65	8,58	=

**Fonte: Elaborada pela autora.**

Como pode ser observado através da Tabela 25, os grupos por vínculo empregatício apresentam diferenças de percepções somente na Proposição 06, onde os alunos que não possuem vínculo com o mercado de trabalho, apresentaram uma melhor média geral do que os alunos que possuem vínculo trabalhista. Todavia, os dois grupos de alunos apresentaram bons resultados ao demonstrar concordância com a proposição em um nível superior a 75%.

A Tabela 26 apresenta as diferenças estatísticas encontradas considerando a área de atuação profissional dos respondentes que declararam possuir vínculo com o mercado de trabalho.

**Tabela 26. Proposições por área de atuação profissional**

Proposição	Média por área atuação profissional		Resultado Teste Mann-Whitney
	Contábil	Outras	
Proposição 01	8,49	8,54	=
Proposição 02	8,49	8,23	=
Proposição 03	6,76	6,47	=
P4. Além da geração de lucro para os sócios/acionistas, as empresas devem se preocupar com a qualidade dos produtos, com a satisfação dos consumidores e com o impacto de suas atividades na comunidade onde atua.	8,94	8,82	≠
Proposição 05	8,86	8,88	=
Proposição 06	7,70	7,45	=
Proposição 07	6,79	6,80	=
Proposição 08	6,55	6,67	=
Proposição 09	5,70	5,90	=
P10. As empresas, são visualizadas como grandes consumidoras de recursos, o que contribui para os problemas sociais e ambientais existentes, porém, isso não influencia os consumidores na hora da aquisição de um bem ou serviço das organizações.	6,09	6,90	≠
P11. As práticas de RSC é uma conscientização importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo.	8,38	7,99	≠
Proposição 12	8,29	8,10	=
Proposição 13	8,67	8,75	=
Proposição 14	8,10	8,25	=
Proposição 15	8,62	8,68	=

**Fonte: Elaborada pela autora.**

Através da Tabela 26, é possível identificar que os discentes subdivididos por grupos de área de atuação profissional, discordam de três das dez proposições que estão relacionadas com as práticas de organizações socialmente responsáveis.

Observa-se também, que os alunos que atuam profissionalmente na área contábil, apresentaram melhores médias que os discentes que atuam profissionalmente em outras áreas, nas duas proposições em que se tinha como expectativa de resposta a concordância dos respondentes (proposições 4 e 11), demonstrando uma percepção mais adequada sobre as mesmas. No entanto, na proposição número 4, onde se esperava a discordância dos discentes, apesar de os grupos apresentarem diferenças estatísticas entre suas percepções, ambos apresentaram resultados insatisfatórios, pois apresentaram médias acima de 6 nos

dois casos, quando estas deveriam ser o mais próximo de 0, representando a percepção adequada dos respondentes com relação a afirmativa.

Ao realizar a análise sobre as diferenças estatísticas encontradas por grupo de conhecimento prévio sobre RSC, observou-se os resultados conforme demonstrados na Tabela 27.

**Tabela 27. Proposições por conhecimento prévio sobre RSC**

Proposição	Média por Conhecimento Prévio sobre RSC		Resultado Teste <i>Mann-Whitney</i>
	Possuía	Não Possuía	
Proposição 01	8,17	8,58	=
Proposição 02	8,43	8,29	=
P3. As práticas de responsabilidade social são estratégias de marketing para fortalecer a imagem da empresa perante o mercado.	7,25	6,43	≠
Proposição 04	8,98	8,84	=
Proposição 05	9,19	8,80	=
Proposição 06	8,13	7,57	=
Proposição 07	7,04	6,80	=
Proposição 08	6,64	6,64	=
Proposição 09	5,38	6,08	=
Proposição 10	6,70	6,52	=
P11. As práticas de RSC é uma conscientização importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo.	8,66	8,00	≠
Proposição 12	8,34	8,06	=
Proposição 13	8,77	8,73	=
Proposição 14	8,34	8,18	=
Proposição 15	8,68	8,63	=

**Fonte: Elaborada pela autora.**

A Tabela 27, aponta estatisticamente diferenças entre as médias das Proposições 03 e 11. Os alunos que afirmaram possuir conhecimento prévio sobre RSC antes da aplicação do questionário, apresentaram melhores resultados que os alunos que não possuíam, na afirmativa que se refere aos objetivos das práticas de responsabilidade social por parte das empresas, porém, em ambos os grupos os alunos mais concordaram com a proposição do que discordaram, estando enganados em suas percepções.

Vale ressaltar, que nas comparações de médias por diferenças de números absolutas realizadas no tópico 4.3.2 deste trabalho, não foram encontradas diferenças aparentes entre as proposições e grupos a seguir:

- Na Proposição 15 do grupo por IES;
- Nas Proposições 4, 5 e 11 dos grupos por período do curso;
- Nas Proposições 2, 5, 6 e 15 dos grupos por gênero;
- Na Proposição 6 dos grupos por vínculo empregatício;
- Nas Proposições 4 e 11 dos grupos por área de atuação profissional;
- Na Proposição 11 dos grupos por conhecimento prévio sobre RSC.

As considerações apresentadas, ressaltam a importância de se realizar testes estatísticos para a comparação de médias, pois somente pelo método de comparação por diferença de números absolutos, não se é possível gerar resultados confiáveis e fidedignos.

#### 4.5 COMPARAÇÃO DOS RESULTADOS COM O ESTUDO DE BRAGA *ET AL.* (2008).

Devido ao fato de este estudo ter sido baseado na pesquisa de Braga *et al.* (2008), é relevante a comparação dos resultados encontrados nos dois estudos. Neste sentido, será realizada uma comparação somente entre os resultados encontrados nas proposições que foram utilizadas nos dois estudos, pois sabe-se que na presente pesquisa, foram acrescentadas algumas proposições a fim de adequar o instrumento utilizado por Braga *et al.* (2008) com os objetivos da deste trabalho.

A Tabela 28, apresenta do resultados da proposições em comum nos dois estudos.



**Tabela 28. Comparação entre os resultados da pesquisa de Braga *et al.* (2008) e a presente pesquisa**

Proposições	Pesquisa de Braga <i>et al.</i> (2008)			Presente pesquisa	
	DT ou DP	N	CT ou CP	D	C
Empresa socialmente responsável é aquela que cumpre em dia suas obrigações com empregados, fornecedores, Estado (impostos) e outros possíveis agentes com os quais se relaciona.	35,3%	3,7%	<b>60,9%</b>	7,09%	<b>92,91%</b>
Responsabilidade social corporativa está relacionada a uma política adequada de remuneração, saúde, segurança e educação da empresa para com os seus empregados.	12,3%	10,7%	<b>77%</b>	6,72%	<b>93,28%</b>
As práticas de responsabilidade social são estratégias de marketing para fortalecer a imagem da empresa perante o mercado.	17,10%	2,1%	<b>80,70%</b>	30,22%	<b>69,78%</b>
Além da geração de lucro para os sócios/acionistas, as empresas devem se preocupar com a qualidade dos produtos, com a satisfação dos consumidores e com o impacto de suas atividades na comunidade onde atua.	0%	1,1%	<b>99%</b>	4,10%	<b>95,90%</b>
As empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente.	0%	3,2%	<b>96,8%</b>	3,73%	<b>96,27%</b>
Da mesma forma que o Estado, as empresas devem investir em áreas de interesse público, como: educação, saúde, cultura e questões sociais em geral.	4,8%	3,2%	<b>91,9%</b>	16,79%	<b>83,21%</b>
As empresas realizam investimentos na área social/ambiental apenas para obter aceitação (legitimidade) no meio em que estão inseridas.	27,4%	8,6%	<b>64%</b>	25%	<b>75%</b>
As empresas que investem na área social/ambiental praticam tal ação com outros interesses que não o de contribuir de fato com a melhoria da qualidade de vida da coletividade.	27,4%	12,9%	<b>59,7%</b>	30,60%	<b>69,40%</b>
A responsabilidade social das empresas se limita à geração de lucro para os sócios/acionistas e à contribuição para o crescimento econômico do país.	71%	8,1%	21%	41,79%	<b>58,21%</b>
O profissional de contabilidade deve contribuir com a responsabilidade social das empresas incentivando práticas como a divulgação de relatórios sociais (Balanço Social) e a transparência nas demonstrações contábeis.	0,10%	4,8%	<b>94,1%</b>	7,09%	<b>92,91%</b>

Legenda: (D) = Discordo; (DT) Discordo Totalmente; (DP) Discordo Parcialmente; (C) Concordo; (CT) Concordo Totalmente; (CP) Concordo Parcialmente; (N) Neutro.

**Fonte: Elaborada pela autora.**

Através da Tabela 28, é possível observar que em todas as proposições, os alunos mais concordaram do que discordaram das afirmativas, com exceção apenas da proposição que se refere a responsabilidade social das organizações limitar-se somente a geração de lucro para os sócios/acionistas e à contribuição para o crescimento econômico do país, que teve a maior parte dos alunos (71%) discordando da mesma, na pesquisa realizada por Braga *et al.* (2008). Neste sentido, observa-se que os alunos respondentes de ambas as pesquisas possuem percepções semelhantes sobre as proposições.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo se propôs a conhecer e analisar a percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis de duas IES que oferecem o curso na cidade de Pato Branco-PR (uma pública e outra privada), sobre o tema Responsabilidade Social Corporativa. Para isso, foi realizada a reaplicação do instrumento de Braga *et al.* (2008), com algumas adaptações. A amostra foi composta por 268 discentes.

O intuito desta pesquisa, foi o de identificar se os futuros contabilistas estão preparados para prestar os serviços de apoio e incentivo aos gestores organizacionais, no que se refere à adoção e divulgação de práticas socialmente responsáveis. Para atender o objetivo central da pesquisa, este estudo procurou conhecer e avaliar: (i) o conhecimento prévio dos estudantes sobre RSC; (ii) a visão dos alunos sobre as práticas de empresas socialmente responsáveis; (iii) a percepção dos respondentes sobre relação da contabilidade com a RSC, e; (iv) a abordagem do tema RSC em sala de aula das IES estudadas.

Os resultados referentes ao conhecimento prévio dos alunos sobre RSC indicou que 80,22% dos pesquisados afirmaram não ter tido contato com o tema até a aplicação do questionário. Daqueles que afirmaram ter contado (19,78%), 64,15% destes foi por meio da mídia (jornais, televisão, internet e outros). Tal constatação indica a possível falta de abordagem sobre o tema nos cursos de Ciências Contábeis das IES estudadas.

Ressalta-se também, que dos discentes que informaram possuir conhecimento prévio sobre RSC (19,78%), somente 75% descreveram seu entendimento sobre o assunto. Dos que descreveram, quase a metade (40%) apresentaram descrições não condizentes ou incompletas com o tema. Esse resultado, demonstra que o conhecimento prévio sobre RSC, onde em sua maioria foi adquirido através da mídia, pode não ter sido suficiente para proporcionar um entendimento adequado sobre o tema aos respondentes.

Considerando os resultados das proposições sobre as práticas de empresas socialmente responsáveis, observou-se de forma geral que as questões onde se esperava a concordância dos alunos apresentaram boas médias. Esse resultado indica que os discentes concordam com as afirmativas em quase sua totalidade. Entretanto, nenhuma das afirmativas que foram consideradas como erradas, tiveram

a total discordância dos alunos, identificando que os discentes não possuem conhecimento suficiente sobre o assunto para identificar quais práticas não são características de empresas socialmente responsáveis. Entende-se que a capacidade de discernimento por parte dos estudantes, só pode existir se estes tiverem um contato mais aprofundado com o assunto RSC.

Considerando a visão dos estudantes sobre a relação da contabilidade com a RSC, observa-se que a maior parte dos discentes (acima de 92%) concordam com as proposições sobre o assunto. Porém, é válido ressaltar, que nas três proposições apresentadas sobre a relação da contabilidade e RSC, o grupo de alunos que atuam profissionalmente na área contábil, foram destacados por possuir um dos maiores percentuais de discordantes com as afirmativas.

Esse resultado pode estar atrelado ao fato de que a elaboração e divulgação dos relatórios sociais não é obrigatória (MILANI FILHO, 2008) e também, a realidade de que muitas vezes os contadores, são vistos pelas empresas como profissionais que ajudam as organizações a prestarem contas com o fisco, e não como uma ferramenta para auxiliar nas decisões organizacionais (SANTANA, 2011). Diante disto, os alunos que atuam na área contábil acompanham de perto essa realidade, o que pode influenciar no seu entendimento sobre qual é o papel que ele pode estar desenvolvendo junto as empresas enquanto contador e como ele pode contribuir com a RSC.

As instituições de ensino que oferecem o curso de Ciências Contábeis, precisam reforçar aos estudantes quais serão suas atribuições depois de formados, para que os alunos possuam um conhecimento e entendimento sólido neste quesito, não se deixando influenciar pelo contexto atual que a profissão contábil está inserida. Sendo assim, os futuros profissionais da contabilidade poderão ser capazes de até mesmo mudar a realidade apresentada por Santana (2011) no parágrafo anterior.

Conclui-se que de forma geral, os cursos das duas IES não parecem abordar o tema de forma direta em sala de aula, dificultando o conhecimento dos discentes sobre quais são ações de empresas socialmente responsáveis e como eles podem auxiliar os gestores empresariais quando terminarem o curso e assumirem a profissão de contadores(as). Neste sentido, sugere-se às IES que incluam este importante tema em sua grade curricular, ou no plano de ensino de alguma disciplina da grade, de modo que, seja trabalhado este conteúdo de forma clara e direta aos alunos.

Caso as IES estudadas, estejam abordando o tema, sugere-se que estas procurem aperfeiçoar esta abordagem para que os alunos consigam melhorar seu entendimento sobre o assunto. Esse aperfeiçoamento pode ser através de palestras promovidas pela IES, debates em sala de aula, fornecimento de materiais alternativos sobre o assunto como artigos, pesquisas e até mesmo este trabalho de conclusão de curso, o qual traz informações relevantes sobre o tema.

Os resultados do presente estudo não devem ser generalizados, pois a pesquisa foi realizada somente com duas IES, sendo que a amostra usada é não probabilística por conveniência e ainda encontrou limitações no seu desenvolvimento, podendo-se citar: (i) a amostra dos respondentes, que não foi possível ser realizada com todos os discentes do curso de Ciências Contábeis das duas IES estudadas, ressaltando-se que na IES Privada, a amostra foi composta por aproximadamente 50% dos alunos matriculados no curso; (ii) a diferença de instituições, pois as mesmas possuem estruturas diferentes, grades curriculares diferentes, professores e ambientes que não são idênticos e por fim, a; (iii) limitação temporal, pois foi aplicada no ano de 2015.

Para próximas pesquisas, propõe-se que sejam feitas investigações que busquem identificar as percepções de alunos de outras Instituições Públicas e Privadas de ensino das demais regiões do Brasil, fazendo uma comparação entre a percepção dos alunos de diferentes locais, para ter-se informações de como o assunto vem sendo abordado nas IES do país.

Sugere-se também que a pesquisa seja realizada nos cursos de Administração em conjunto com os de Ciências Contábeis, pois sabe-se que os administradores empresariais e os contadores, possuem atribuições profissionais ligadas diretamente às organizações, necessitando possuir uma boa percepção sobre esse importante tema que é a RSC, que se discutido de forma correta, poderá gerar benefícios para toda a sociedade.

## REFERÊNCIAS

ALBERTON, Luiz; CARVALHO, Fernando N. de; CRISPIM, Graciele H. Evidenciação da responsabilidade social/ambiental na perspectiva de um novo contexto empresarial. In: **Congresso USP de Controladoria e Contabilidade**, 4. São Paulo. Anais... São Paulo: USP, 2004.

BARROS, Aidil J. da S; LEHFELD, Neide A. de S. **Fundamentos de metodologia: um guia para a iniciação científica**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

BRAGA, Josué P.; CRUZ, Cláudia F. da; BARBOSA, Edmery T.; OLIVEIRA, José R. S; SILVA, Daiana B. da. Responsabilidade Social Corporativa: A percepção dos estudantes do curso de graduação em ciências contábeis de uma IES pública do Estado da Bahia. In: **Congresso USP de Controladoria e Contabilidade**, 8. São Paulo: USP, 2008.

BRAGA, Celso T. **Liderança e Sustentabilidade: Uma visão a partir do campo do trabalho**. I Fórum Internacional de Liderança e Sustentabilidade: Soluções Transformadoras. São Paulo, junho de 2010.

BRITO, Hélvio Luiz Lopes de. Ações de Responsabilidade Social Corporativa: A quem são dirigidas? **Revista Pretexto**, v.5, n. 1, p. 13-24, 2004.

BERVIAN, Pedro A.; CERVO, Amado L. **Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill?, 1983.

BERTONCELLO, Silvio L. T; CHANG JÚNIOR, João. A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação. **Revista FACOM**, n. 17, 2007.

CALDERÓN, Patrícia A. L.; MARSON, Luciana S. C.; OLIVEIRA, Maria R. S. de; QUINTAN, Benjamin S. **Responsabilidade Social e estratégia empresarial: Um elo entre duas correntes - O caso de uma indústria do ramo alimentício no município de Nova Iguaçu**. VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 2011.

DIAS FILHO, José M.; MACHADO, Luiz H. B.. Abordagens da Pesquisa em Contabilidade. In: IUDÍCIBUS, Sérgio de; LOPES, Alexsandro B. (Coords.). **Teoria Avançada da Contabilidade**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2004; 3. Reimpressão 2008.

ETHOS, **Instituto de Empresas e Responsabilidade Social**. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/09/Gloss%C3%A1rio-Indicadores-Ethos-V2013-09-022.pdf>>. Acesso em: 19 de abril de 2015.

EON, Fábio. O que é responsabilidade social?. **Revista Responsabilidade Social.com**. Disponível em <<http://www.responsabilidadesocial.com/o-que-e-responsabilidade-social-pdf/>>. Acesso em: 22 de abril de 2015.

FIELD, A. **Descobrimo a Estatística usando o SPSS**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FILHO, Loriberto S; RAUSCH, Rita. A presença do tema responsabilidade social no currículo de formação do contador de instituições do Vale do Itajaí – SC. **Revista de Estudos Contábeis**. v. 2, n. 3. p. 34-52, 2011.

GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GARAY, Ângela B. S. A responsabilidade social corporativa (RSC) como elemento de atração de talentos: Percepção dos alunos destaques do curso de administração. **Read: Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, ed. 51, v. 12 n. 3, mai-jun, 2006. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/40567>>. Acesso em: 22 de abril de 2015.

HAIR JR., J.F.; BABIN, B.; MONEY, A.H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005. 471p.

HOSS, Osni; CASAGRANDE, Luiz F.; VESCO, Delci; METZNER, Claudio M. **Introdução à contabilidade: Ensino e Decisão**. São Paulo: Atlas, 2012.

HOSS, Osni; CASAGRANDE, Luiz F.; VESCO, Delci; METZNER, Claudio M. **Contabilidade Intermediária: Ensino e Decisão**. São Paulo: Atlas, 2013.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos; FARIA, Ana Cristina. **Introdução à Teoria da Contabilidade** para o nível de graduação. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LAKATOS, Eva M; MARCONI, Marina de A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEAL, Edvalda A.; MEDEIROS, Cíntia R. de O.; BORGES, Jacqueline F; A Influência da Responsabilidade Social Corporativa no comportamento do estudante de Ciências Contábeis. **Contextus Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 06, n. 2, p. 45-54, 2008.

LOURENÇO, Alex G; SCHRODER, Débora de S; Vale investir em responsabilidade social empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas. In: **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. v. 2, p. 77-119. São Paulo/Petrópolis: Instituto Ethos, 2003.

LOPES, Jorge; RIBEIRO FILHO, José F.; PEDERNEIRAS, Marcleide; MULATINHO, Caio; MORANT, Dimmitre; DANTAS, Felipe; RIBEIRO, Izabel. **Didática e Pesquisa Aplicadas ao Ensino da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2010.

MACÊDO, Nívea M. M. Nascimento de; OLIVEIRA, Ana Carolina C. de. **A Responsabilidade Social Corporativa Sob a Ótica do Consumidor: Uma Investigação a Partir da Percepção de Estudantes Universitários**. IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia - SEGeT, 2012.

MILANI FILHO, Marco A. F. Responsabilidade Social e Investimento Social Privado: Entre o discurso e a Evidenciação. **Revista Contabilidade e Finanças**. v. 19, n. 47. São Paulo: 2008.

**Ministério da Educação (MEC)** – Conselho Nacional de Educação, Câmara de Educação Superior - CNE/CES nº 10/2004. Disponível em: (<http://www.portal.mec.gov.br>). Acesso em 05 de abril de 2015.

MORESI, Eduardo. **Metodologia da Pesquisa**. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2004.

OLIVEIRA, Claudionor dos S. **Metodologia científica, planejamento e técnicas de pesquisa: uma visão holística do conhecimento humano**. São Paulo: LTr, 2000.

PASSOS, Elizete. **Ética nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.

PASSADOR, Cláudia Souza. A responsabilidade social no Brasil: uma questão em andamento. In: **Congresso Internacional Del Clad**, 7. Lisboa: Anais... CLAD, 2002.



PORTAL, Mácio T.; MENEGOTTO, Margarete L. A; CAMARGO, Maria E.; PACHECO, Maria T. M.; MOTTA, Marta E. V. da; RENNERT, Roberto; CRUZ, Márcia R. da; Disclosure Social como estratégia de legitimação: evidências no Balanço Social IBase. **Revista Espacios**, v. 33, p. 6, 2012.

RAMALHO, A. M. C. **A Tessitura da Responsabilidade Social Corporativa: Desafios para o Consumo e Desenvolvimento Sustentável**. 256 p. Tese (Doutorado em Recursos Naturais). Programa de Pós-Graduação em Recursos Naturais. Universidade Federal de Campina Grande: 2011. Disponível em: <<http://www.recursosnaturais.ufcg.edu.br/downloads/angelamariacavalcantiramalho.pdf>>. Acesso em: 28 jul. 2015.

RIBEIRO, Osni Moura; **Contabilidade Avançada**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SANTANA, Nonato L. O. **O uso da contabilidade como instrumento de apoio à tomada de decisão: Um estudo de caso no Grupo Centro Picos**. 2011. 65 f. Monografia (Graduação em Administração). Universidade Federal do Piauí – UFPI. Câmpus Senador Helvídio Nunes de Barros – CSHNB, 2011. Disponível em: <<http://www.ufpi.br/subsiteFiles/admpicos/arquivos/files/NONATO%20LUIS%20OLIVEIRA%20SANTANA.pdf>>. Acesso em: 31 de julho de 2015.

SANTOS, Elaine M. dos; OLIVEIRA NETO, José D. de; ZANDER, Vicente T; **Responsabilidade Social: a percepção dos alunos de Engenharia de Produção**. XXVI ENEGEP. Fortaleza: 2006.

SANTOS, Maria J. N; SILVA, Rogério R. da; A importância da Responsabilidade Social Corporativa para a potenciação do Capital Social em Pequenas e Médias Empresas. **Revista de Ciências da Administração**, v. 12, n. 27, p. 190 – 207. Florianópolis, 2013.

SANTOS, Jhonatan P. dos; SILVA, Renata C. M. da; A percepção dos estudantes sobre o ensino da Responsabilidade Social Corporativa na graduação em Administração. **Revista Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 14, n. 02, p. 377 - 401. Rio de Janeiro: 2013.

TEIXEIRA, Luciana S. **Responsabilidade social empresarial**. Consultoria Legislativa. Câmara dos Deputados. Brasília: 2004.

VANZO, Geni F. S.; SOUZA, Valquíria. P. de. **Um estudo sobre a influência da disciplina contabilidade social ou ambiental na formação profissional e social dos futuros contadores.** Em: 18o. congresso Brasileiro de Contabilidade, 2008, Gramado. 18o. Congresso Brasileiro de Contabilidade. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2008.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – Questionário utilizado para a coleta dos dados

**TEMA DA PESQUISA: Percepção dos alunos de Ciências Contábeis com relação à Responsabilidade Social das Organizações**

A presente pesquisa tem como objetivo conhecer a percepção dos alunos do curso de Ciências Contábeis sobre o tema Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Para melhor entendimento das proposições a serem respondidas, define-se o termo RSC:

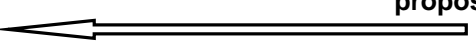
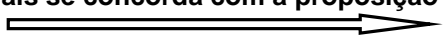
**Responsabilidade Social Corporativa:** É entendida como a adoção de práticas empresariais responsáveis que visam o bem-estar dos agentes que contribuem para a geração de riquezas de uma organização: a comunidade, o meio ambiente, os funcionários, e os acionistas (GARAY, 2006).


**BLOCO I – CONCEITOS, PRÁTICAS DE RSC E RELAÇÃO DA CONTABILIDADE COM A RSC**


Por favor, responda as questões abaixo com base em seus conhecimentos sobre a RSC:

<b>Q1. Você já possuía conhecimento prévio sobre RSC?</b>  <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<b>Q2. Se sim, onde o adquiriu?</b>  <input type="checkbox"/> Na academia <input type="checkbox"/> Através da mídia (jornais, televisão, internet, etc) <input type="checkbox"/> Outros, especifique: _____
<b>Q3. Se você respondeu “Sim” na questão Q1, por favor, descreva o que você entendia sobre o assunto RSC:</b> _____ _____ _____	

Por favor, **atribua seu grau** de concordância com as proposições apresentadas sobre a RSC, por meio da escala abaixo:

<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>Não Concordo</b>	<b>Quanto mais próximo de 0 (ZERO) menos se concorda com a proposição</b> 									<b>Concordo Totalmente</b>
	<b>Quanto mais próximo de 10 (DEZ) mais se concorda com a proposição</b> 									

<b>Assinale na coluna ao lado, seu grau de concordância sobre o conceito de RSC:</b>										<b>Grau de Concordância (0...10)</b>
P1	Empresa socialmente responsável é aquela que cumpre em dia suas obrigações com empregados, fornecedores, Estado (impostos) e outros possíveis agentes com os quais se relaciona.									
P2	Responsabilidade social corporativa está relacionada a uma política adequada de remuneração, saúde, segurança e educação da empresa para com os seus empregados.									
<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>Não Concordo</b>	<b>Quanto mais próximo de 0 (ZERO) menos se concorda com a proposição</b> 									<b>Concordo Totalmente</b>

Quanto mais próximo de 10 (DEZ) mais se concorda com a proposição		
		
Assinale na coluna ao lado, seu grau de concordância sobre as práticas organizacionais acerca da RSC:		Grau de Concordância (0...10)
P3	As práticas de responsabilidade social são estratégias de <i>marketing</i> para fortalecer a imagem da empresa perante o mercado.	
P4	Além da geração de lucro para os sócios/acionistas, as empresas devem se preocupar com a qualidade dos produtos, com a satisfação dos consumidores e com o impacto de suas atividades na comunidade onde atua.	
P5	As empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente.	
P6	Da mesma forma que o Estado, as empresas devem investir em áreas de interesse público, como: educação, saúde, cultura e questões sociais em geral.	
P7	As empresas realizam investimentos na área social/ambiental apenas para obter aceitação (legitimidade) no meio em que estão inseridas.	
P8	As empresas que investem na área social/ambiental praticam tal ação com outros interesses que não o de contribuir de fato com a melhoria da qualidade de vida da coletividade.	
P9	A responsabilidade social das empresas se limita à geração de lucro para os sócios/acionistas e à contribuição para o crescimento econômico do país.	
P10	As empresas, são visualizadas como grandes consumidoras de recursos, o que contribui para os problemas sociais e ambientais existentes, porém, isso não influencia os consumidores na hora da aquisição de um bem ou serviço das organizações.	
P11	As práticas de RSC é uma conscientização importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo.	
P12	As empresas que se preocupam com os agentes internos e externos à organização, possuem melhor posição que suas concorrentes e ganham a preferência dos consumidores.	
Assinale na coluna ao lado, seu grau de concordância sobre a relação da contabilidade com a RSC:		Grau de Concordância (0...10)
P13	O profissional de contabilidade deve contribuir com a responsabilidade social das empresas incentivando práticas como a divulgação de relatórios sociais (Balanço Social) e a transparência nas demonstrações contábeis.	
P14	Estão entre as atribuições do profissional de contabilidade, a divulgação de informações de cunho social e ambiental. Por este motivo, o contabilista tem o poder de influenciar a visão dos gestores organizacionais sobre o meio que envolve a empresa e de incentivar as práticas de RSC.	
P15	A sociedade está cobrando cada vez mais práticas de responsabilidade social das empresas, e o contador deve acompanhar este novo contexto empresarial para desempenhar suas funções com qualidade.	

**BLOCO II – CARACTERIZAÇÃO DO RESPONDENTE**

<b>Q1. Sua Instituição de Ensino:</b> <input type="checkbox"/> IE Privada <input type="checkbox"/> UTFPR – Câmpus Pato Branco	<b>Q2. Qual ano/período está cursando?</b> _____ <input type="checkbox"/> ano <input type="checkbox"/> período
<b>Q2. Qual sua idade:</b> _____ anos completos.	<b>Q3. Qual seu gênero:</b> <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino

<p><b>Q4. Você possui outra graduação (curso de nível superior) já concluída?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p>	<p><b>Q5. Se você respondeu sim na Q4, qual seria?</b></p> <hr/>
<p><b>Q6. Você possui vínculo empregatício?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p>	<p><b>Q7. Se você respondeu sim na Q6, em qual área de atuação?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Contábil <input type="checkbox"/> Outras</p> <p><b>Q8. Se outras, especifique:</b></p> <hr/>
<p><b>Q9. Se trabalha na área contábil, quanto tempo você possui de experiência?</b></p> <p>_____ <input type="checkbox"/> Meses <input type="checkbox"/> Anos</p>	
<p><b>Q10. Qual a renda total de sua família, incluindo seus rendimentos?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Nenhuma  <input type="checkbox"/> Até 1,5 salário mínimo (até R\$ 1.182,00);  <input type="checkbox"/> Acima de 1,5 até 03 salários mínimos (R\$ 1.182,01 a R\$ 2.364,00);  <input type="checkbox"/> Acima de 03 até 4,5 salários mínimos (R\$ 2.364,01 a R\$ 3.546,00);  <input type="checkbox"/> Acima de 4,5 até 06 salários mínimos (R\$ 3.546,01 a R\$ 4.728,00);  <input type="checkbox"/> Acima de 06 até 10 salários mínimos (R\$ 4.728,01 a R\$ 7.880,00);  <input type="checkbox"/> Acima de 10 até 30 salários mínimos (R\$ 7.880,01 a R\$ 23.640,00);  <input type="checkbox"/> Acima de 30 salários mínimos (mais de R\$ 23.640,01).</p>	
<p>Seu e-mail para envio do resultado da pesquisa (opcional):</p> <hr/>	

Este estudo está vinculado a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Docentes da graduação do curso de Ciências Contábeis da instituição estão envolvidos e conduzirão o estudo. A pesquisa é fundamentada na percepção dos alunos do curso de Ciências Contábeis sobre o tema Responsabilidade Social Corporativa.

Sua participação é voluntária e você poderá recusar ou interromper sua participação a qualquer momento sem penalidades ou qualquer impacto em sua situação no curso ou notas. Seu anonimato está garantido, de forma que não há riscos de que dados individuais sejam identificados como seus. A análise dos resultados será feita e divulgada de forma agregada.

**Muito obrigada pela colaboração!**

## APÊNDICE B – Diferenças de número entre as médias por grupo

IES Privada														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,57	8,31	6,60	8,98	9,05	8,00	6,92	6,90	6,49	6,87	8,09	8,18	8,74	8,38	8,80
IES Pública														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,38	8,33	6,58	8,68	8,60	7,18	6,74	6,22	5,08	6,06	8,18	8,02	8,74	7,95	8,38
Diferença de Médias entre os grupos														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,19	0,02	0,02	0,30	0,45	0,82	0,18	0,68	1,41	0,81	0,09	0,16	0,00	0,43	0,42

Anos Iniciais do curso de Ciências Contábeis														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,37	8,25	6,47	8,74	8,87	7,63	6,58	6,56	5,84	6,35	8,01	8,15	8,74	8,15	8,74
Anos Finais do curso de Ciências Contábeis														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,67	8,41	6,76	9,04	8,88	7,76	7,23	6,74	6,08	6,84	8,29	8,06	8,74	8,29	8,49
Diferença de Médias entre os grupos														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,30	0,16	0,29	0,30	0,01	0,13	0,65	0,18	0,24	0,48	0,28	0,09	0,00	0,14	0,25

Idade De 17 a 19 – Grupo 01														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,4	8,35	6,88	8,81	8,96	7,65	6,58	6,71	5,95	6,68	8,29	8,36	8,83	8,28	8,9
Idade De 19 a 20 – Grupo 02														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,4	8,43	6,37	8,89	8,94	7,57	7	6,54	6,2	6,8	7,94	7,49	8,63	8,11	8,29
Idade De 20 a 24 – Grupo 03														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,85	8,44	6,68	9,19	8,96	7,63	7,13	6,6	6,22	6,4	8,04	8,43	8,86	8,26	8,65
Idade De 24 a 37 – Grupo 04														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,28	8,04	6,11	8,54	8,58	7,88	6,91	6,61	5,4	6,35	8,05	7,67	8,49	8,09	8,35
Diferença de Médias entre os grupos 01 e 02														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,00	0,08	0,51	0,08	0,02	0,08	0,42	0,17	0,25	0,12	0,35	0,87	0,20	0,17	0,61
Diferença de Médias entre os grupos 01 e 03														

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,45	0,09	0,20	0,38	0	0,02	0,55	0,11	0,27	0,28	0,25	0,07	0,03	0,02	0,25
<b>Diferença de Médias entre os grupos 01 e 04</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,12	0,31	0,77	0,27	0,38	0,23	0,33	0,10	0,55	0,33	0,24	0,69	0,34	0,19	0,55
<b>Diferença de Médias entre os grupos 02 e 03</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,45	0,01	0,31	0,30	0,02	0,06	0,13	0,06	0,02	0,40	0,10	0,94	0,23	0,15	0,36
<b>Diferença de Médias entre os grupos 02 e 04</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,12	0,39	0,26	0,35	0,36	0,31	0,09	0,07	0,80	0,45	0,11	0,18	0,14	0,02	0,06
<b>Diferença de Médias entre os grupos 03 e 04</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,57	0,40	0,57	0,65	0,38	0,25	0,22	0,01	0,82	0,05	0,01	0,76	0,37	0,17	0,30

<b>Gênero Feminino</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,57	8,53	6,55	9	9,1	7,93	6,8	6,64	5,82	6,47	8,39	8,32	9,01	8,54	8,87
<b>Gênero Masculino</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,4	8,05	6,64	8,7	8,6	7,38	6,91	6,64	6,08	6,66	7,8	7,87	8,4	7,81	8,35
<b>Diferença de Médias entre os grupos</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,17	0,48	0,09	0,30	0,50	0,55	0,11	0,00	0,26	0,19	0,59	0,45	0,61	0,73	0,52

<b>Alunos que possuem outra graduação</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,58	8,75	6,96	9,25	9,13	8,33	6,92	6,38	5,38	6,5	8,83	8,42	9,29	8,58	9
<b>Alunos que não possuem outra graduação</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,49	8,27	6,56	8,83	8,85	7,62	6,84	6,66	6	6,56	8,06	8,09	8,68	8,18	8,6
<b>Diferença de Médias entre s grupos</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,09	0,48	0,40	0,42	0,28	0,71	0,08	0,28	0,62	0,06	0,77	0,33	0,61	0,40	0,40

<b>Alunos que possuem vínculo empregatício</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,52	8,35	6,6	8,87	8,87	7,57	6,8	6,61	5,8	6,52	8,17	8,19	8,71	8,18	8,65
<b>Alunos que não possuem vínculo empregatício</b>														

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,42	8,19	6,55	8,83	8,91	8,15	7,08	6,74	6,49	6,68	7,94	7,83	8,85	8,34	8,58
<b>Diferença de Médias entre os grupos</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,10	0,16	0,05	0,04	0,04	0,58	0,28	0,13	0,69	0,16	0,23	0,36	0,14	0,16	0,07

<b>Alunos que atuam profissionalmente na área contábil</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,49	8,49	6,76	8,94	8,86	7,7	6,79	6,55	5,7	6,09	8,38	8,29	8,67	8,1	8,62
<b>Alunos que atuam profissionalmente em outras áreas</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,54	8,23	6,47	8,82	8,88	7,45	6,8	6,67	5,9	6,9	7,99	8,1	8,75	8,25	8,68
<b>Diferença de Médias entre os grupos</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,05	0,26	0,29	0,12	0,02	0,25	0,01	0,12	0,20	0,81	0,39	0,19	0,08	0,15	0,06

<b>Alunos que possuíam conhecimento prévio sobre RSC antes do aplicação do questionário</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,17	8,43	7,25	8,98	9,19	8,13	7,04	6,64	5,38	6,7	8,66	8,34	8,77	8,34	8,68
<b>Alunos que não possuíam conhecimento prévio sobre RSC antes do aplicação do questionário</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
8,58	8,29	6,43	8,84	8,8	7,57	6,8	6,64	6,08	6,52	8	8,06	8,73	8,18	8,63
<b>Diferença de Médias entre os grupos</b>														
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
0,41	0,14	0,82	0,14	0,39	0,56	0,24	0,00	0,70	0,18	0,66	0,28	0,04	0,16	0,05